UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLITÍCAS Y SOCIALES
DIVISIÓN DE ESTUDIOS POSGRADO

“EL *SOUND TRACK* DE LA VIDA COTIDIANA: RADIO Y MUSICA POPULAR EN MÉXICO D. F.”

TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA

FERNANDO MEJÍA BARQUERA

MÉXICO D.F. **JUNIO DE 2006**


Universidad Nacional
Autónoma de México
UNAM

Biblioteca Central
Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

AGRADECIMIENTOS

Deseo agradecer a Alma Rosa Alva de la Selva, asesora de este trabajo, sus críticas y comentarios, siempre en la búsqueda de mejorar el producto final; a Raúl Trejo Delarbre, sus observaciones y sugerencias que permitieron enriquecer la versión definitiva; lo mismo que a los doctores Delia Crovi y Vicente Castellanos, y al maestro Gabriel Sosa Plata, sus valiosos comentarios.

INDICE

Introducción

En el Valle de México (región que incluye al Distrito Federal y varios municipios conurbados pertenecientes al Estado de México), más de 17 millones de personas, según cifras oficiales, o más de 20 millones, de acuerdo con otras estadísticas,[1] oyen diariamente las señales radiofónicas provenientes de 60 emisoras (33 de AM y 27 de FM), lo mismo en hogares, vehículos o centros de trabajo. Programación "hablada" y música constituyen los dos elementos básicos en la oferta que esas seis decenas de emisoras proponen a una audiencia cuyos integrantes, en promedio, pasan 3 horas 25 minutos de su tiempo diario percibiendo los sonidos de la radio.[2]

De esa oferta radiofónica, el 76 por ciento de la audiencia se inclina por la música como opción preferida sobre los programas "hablados"[3] y el 70 por ciento declara que todos los días la escucha a través de la radio;[4] la mayor parte de quienes acostumbran oír música en radio son mujeres (55 por ciento),[5] la mayoría de esos radioescuchas (49 por ciento) pertenecen al segmento social que los industriales de la radiodifusión llaman "clase D", es decir el de "menores ingresos

---

[1] Según cifras de la Asociación de Radiodifusores del Valle de México, basadas en el XII Censo General de Población y Vivienda, realizado en 2000 por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), el número de habitantes en el Distrito Federal era ese año de 8 millones 605 mil 239 personas, las cuales, sumadas a los 8 millones 778 mil 452 que integraban la población conjunta de los municipios mexiquenses que rodean al DF (Ecatepec, Naucalpan, Tlalnepantla, Netzahualcóyotl y Cuautitlán Izcalli), darían a la radio de la región una audiencia potencial de 17 millones 383 mil 691 seres humanos. Otras estadísticas, sin embargo, afirman que en el área metropolitana del Valle de México viven 22 millones de personas, población que la ubicaría como el segundo asentamiento urbano más habitado del planeta, sólo detrás del conformado en Japón por la capital Tokio y las poblaciones periféricas Yokohama, Kawasaki y Chiba, donde habitan 33 millones 750 mil humanos (véase http://es.wikipedia.org).

[2] Datos de la Asociación de Radiodifusores del Valle de México aseguran que la radio es el medio masivo frente al cual los habitantes de esa zona del país pasan más tiempo. En promedio los habitantes del Valle de México oirían radio diariamente durante 3 horas 25 minutos contra 3 horas 14 minutos dedicados en promedio a la televisión,

[3] *Reforma*, Encuesta sobre Consumo Cultural y Medios, 13 de mayo de 2004, p. 2C.

[4] Reforma, Encuesta sobre Consumo Cultural y Medios, 31 de marzo de 2003, p. 2C.

[5] *Mediómetro INRA,* julio de 2004, publicado por la Asociación de Radiodifusores del Valle de México en wwww.arvm.com.mx, sección "En frecuencia", no. 14, septiembre de 2004.

económicos",[6] y es en los grupos de edad que van de los 13 a los 17 años y de 18 a 24 donde más se utiliza a la radio como medio para acercarse a la música.[7]

Pero ¿qué música se escucha en las transmisiones de radio originadas en el Distrito Federal y extendidas a todo el Valle de México? A lo largo de ocho décadas –la radio en el DF empezó a transmitir en 1921— se fue conformando una oferta radiofónica musical que, al correr de los años, se volvió a la vez, en una paradoja, amplia y limitada. Amplia porque en el transcurso del tiempo se fue incrementando el número de géneros musicales tomados por la radio para elaborar su programación, pero limitada porque la radio comercial, predominante en el DF y en toda la república, quedó inserta en un "circuito de consumo mediático" cuya principal función es promover los productos musicales que la industria discográfica genera para la venta masiva.[8] Debido a esto la radio sólo difunde en la actualidad una decena de géneros musicales y ha dejado fuera muchos otros que, en consecuencia, no tienen la posibilidad de ser difundidos masivamente a través de ella. Los géneros privilegiados por la radio han sido: "balada en español", "música clásica" (confinada actualmente a la radio cultural), "música de catálogo en español", "*pop* y rock de catálogo en inglés", "música contemporánea en inglés", "música grupera", "música internacional", "música moderna y juvenil en español", "música moderna y juvenil en inglés", "música ranchera" y "música tropical". Más adelante se específica qué se entiende en este trabajo por cada uno de estos géneros.

Esa es hoy en día la oferta musical que se escucha a través de la radio del Distrito Federal, la música que constituye el *sound track*, la banda sonora que acompaña la vida cotidiana[9] de uno de los conglomerados urbanos más grandes y

---

[6] *Ibidem*.
[7] *Ibidem*. El tema de las preferencias musicales en la radio por género, nivel socioeconómico y edad se aborda con amplitud en el capítulo IV de este trabajo.
[8] En este trabajo, entendemos el "circuito de consumo mediático" como el conjunto de medios de comunicación (radio, cine, impresos, televisión y recientemente internet) organizados en un sistema cuyo objetivo es promover, a través de recursos como la publicidad, las presentaciones personales, las entrevistas, las inserciones pagadas, las conferencias de prensa y otro tipo de acciones de comunicación como el chat, la imagen y la producción musical de cantantes y estrellas del espectáculo. Véase, más adelante, el capítulo I de este trabajo.
[9] La idea de la música como "*sound track* de la vida cotidiana" es de William Rowe y Vivian Schelling en *Memoria y modernidad, Cultura popular en América Latina*, México FONCA-Grijalbo, 1994, pp. 24-25.

complejos del mundo, la música que, en gran medida, acompaña los actos de introspección personal, las relaciones amorosas, los movimientos corporales individuales y colectivos, el ejercicio de la sexualidad, los movimientos sociales y políticos. ¿Por qué la radio del Distrito Federal difunde precisamente los géneros musicales que transmite, por qué ésos y no otros? ¿Cómo se fue conformando históricamente ese tipo de programación? ¿Qué factores intervinieron para que el cuadrante musical tuviera las características que ahora conocemos?

El objetivo general de este trabajo es buscar una respuesta a esas interrogantes, contribuir a llenar un vacío existente en la historiografía sobre la radio en México, ámbito donde se carece de investigaciones que expliquen por qué la programación musical radiofónica tiene las características que posee actualmente y cómo las fue desarrollando. Junto con este objetivo general se busca cumplir con otros de carácter específico:

-- Identificar cuáles son los géneros musicales que han predominado en la programación de la radio de la Ciudad de México durante el periodo estudiado.

-- Analizar la manera en que el cuadrante radiofónico musical en el D. F. se fue segmentando por géneros, es decir, cómo, cuándo y por qué aparecieron y se desarrollaron las estaciones "rancheras", "juveniles", "tropicales", "gruperas", "del recuerdo", etcétera.

-- Analizar las características que ha tenido en México, durante el periodo estudiado, el proceso de "promoción publicitaria" de canciones e intérpretes musicales a través del "circuito de consumo mediático" integrado por la radio, los medios impresos, el cine, la televisión y, de manera más reciente, internet.

Estado de la cuestión

La historiografía sobre el tema de la música popular, por un lado, y acerca de los medios de comunicación, por el otro, ha avanzado en gran medida por caminos paralelos, sin encontrar un punto de coincidencia, una zona en la que esas trayectorias particulares se entrelacen y ayuden a explicar el papel de la radio como principal difusor musical a nivel masivo. Las investigaciones sobre el desarrollo de los medios electrónicos en nuestro país han atendido

preferentemente a los aspectos político, económico, tecnológico y legal.[10] Asimismo, se han producido investigaciones sobre temas particulares de la historia radiofónica en nuestro país, por ejemplo la actividad de la radio en México durante la II Guerra Mundial,[11] "biografías" de emisoras o grupos empresariales dedicados a la radio,[12] colecciones de semblanzas sobre grandes figuras de la radio,[13] o en menor medida indagaciones sobre el desarrollo de géneros como las radionovelas y los radioteatros,[14] pero ha existido poca atención a la música difundida a través de este medio. Sin exagerar, los trabajos dedicados específicamente al tema de la programación musical radiofónica se cuentan con los dedos de una mano.[15]

Por su parte, los estudios sobre música popular mexicana han colocado el acento en aspectos relativos a la obra de intérpretes musicales destacados, o bien en el desarrollo de los diferentes géneros musicales en nuestro país, pero con escasa atención a la presencia de esa obra y esos géneros en los medios masivos, particularmente en la radio. Estos trabajos conforman una bibliografía tan amplia como dispersa que incluye biografías y autobiografías, estudios particulares sobre la evolución de algunos géneros musicales en México y "radiografías" sobre el desarrollo de la música popular en el país.[16]

A pesar de la abundancia de trabajos en torno a los dos temas que aquí nos ocupan (radio y música popular), no existen investigaciones que analicen cuáles son los géneros transmitidos históricamente en la radio mexicana y por qué se han difundido esos y no otros. Tampoco hay análisis de cómo ha funcionado en diferentes periodos el "circuito de consumo mediático" para apoyar el lanzamiento

---

[10] Entre los trabajos que exploran esos temas pueden citarse los de Alva de la Selva (1982), Fernández Christlieb (1982 y 1991), Fuentes (1988) y Mejía Barquera (1989).
[11] Véase, por ejemplo, Ortiz Garza (1992).
[12] Entre ellos, el de Ortiz Garza (1997) sobre la historia de la XERA, de Coahuila, o el de Sosa Plata y Esquivel (1997), sobre la historia del Núcleo Radio Mil.
[13] Por ejemplo, Zacatecas (1996).
[14] En relación a los radioteatros, destaca el clásico de Armando de Maria y Campos (1937), y sobre radionovelas y noticiarios los artículos de Gutiérrez Espíndola (1989).
[15] Entre ellos pueden citarse el de Oscar Sarquíz y Mónica Frías (1998), que consta de apuntes generales sobre la radio musical en el Valle de México, y el de Víctor Roura (1989) acerca de la "música moderna" en el cuadrante radiofónico.
[16] Entre las obras más importantes de este tipo pueden citarse los trabajos de Federico Arana (1992), constituido por cuatro tomos sobre la historia del rock mexicano, los de Pablo Dueñas y Jesús Flores y Escalante sobre el bolero (1995) o sobre el mariachi (1994), el de Carlos Sierra (1995) acerca del mambo, el de Hugo Grial (1971) con semblanzas de músicos mexicanos y el de Moreno Rivas (1989) sobre la historia de la música popular en México.

de una canción o de un intérprete. Finalmente, no se ha intentado (a excepción de un trabajo de Roberto Ayala publicado en 1962) una recopilación histórica de las canciones que ocuparon los primeros lugares de popularidad desde que este tipo de mediciones se hace en México a partir de los años cuarenta. El trabajo que aquí se presenta es un intento de comenzar a unir esas historiografías paralelas.

El ámbito geográfico y cultural elegido para ese intento es el Distrito Federal, el mercado radiofónico más grande de México; la radio que se analiza es la de tipo comercial, predominante en la capital de la república, y la música que se estudia es la que a lo largo del trabajo se denomina "música popular-comercial" y a la cual entendemos como *el conjunto de productos musicales que, independientemente del género al que pertenezcan y de su calidad intrínseca, son objeto de un proceso de compra-venta, tanto en casas editoras como en el mercado discográfico*, *y de un proceso de promoción mediática para su venta*. Hemos elaborado el concepto de "música popular-comercial" para hacer una distinción con respecto al de "música popular" en general, el cual incluiría otros tipos de música, por ejemplo la folclórica, que no son objeto de esta investigación, sin olvidar, por supuesto, que algunas expresiones de ella pueden ser susceptibles de comercialización.

Finalmente, como parte de la delimitación, está el periodo estudiado: 1921-2004, las ocho décadas de existencia que tiene la radio en México DF, lapso sumamente extenso que le otorga a esta investigación un mérito probable a cambio, sin duda, de varias limitaciones, en tanto ofrece una visión global, histórica, del tema, pero deja de lado detalles o sucesos específicos que pudieron ocurrir en determinadas décadas. En la delimitación del periodo analizado ha influido también, por supuesto, la inclinación profesional y el estilo de trabajo del autor quien habitualmente prefiere contar con una visión global de los temas para pasar después al análisis de asuntos específicos ocurridos en periodos más cortos.

Metodología

El trabajo que se presenta es de carácter documental e histórico. El interés fundamental ha sido la recopilación de datos históricos relacionados con el tema

estudiado para buscar sus orígenes y entender su desarrollo y situación actual. En gran medida es descriptivo, sin que se renuncie, por ello, al análisis explicativo. En la forma de exposición se privilegia el relato cronológico y la división por décadas del periodo estudiado. Es un trabajo que pretende contribuir a la historiografía de los medios de comunicación en México y que tiene, por supuesto, un sustento teórico.

De manera básica, la metodología que se utiliza es la característica de la teoría conocida como "materialismo histórico" en la cual los hechos sociales son analizados como resultado de la forma en que se combinan e interaccionan los fenómenos económicos, políticos, sociales y culturales en sociedades divididas en clases sociales y bajo determinadas relaciones de producción. En ese sentido, el primer paso metodológico fue ubicar a los principales objetos de esta investigación –la música popular-comercial y la radio— dentro del fenómeno conocido como "industria cultural", así como en el contexto de las sociedades divididas en clases propio de las sociedades capitalistas del siglo XX. Para este fin, se revisó bibliografía sobre el tema de la industria cultural, específicamente el trabajo de Adorno y Horkheimer (1969), y sobre el vínculo entre la obra de arte y su reproducción masiva a través de la tecnología industrial, especialmente la obra de Walter Benjamin (1973). Ello permitió ubicar a la música popular-comercial como una expresión humana que, aun teniendo valores estéticos, está plenamente subordinada a las exigencias de la industria cultural. De esta primera aproximación al tema surgieron dos conceptos elaborados específicamente para este trabajo, los ya mencionados de "música popular-comercial" y "circuito de consumo mediático", cuyas definiciones fueron expuestas en páginas precedentes.

Para ubicar a la música popular-comercial dentro de la estructura de clases se procedió a la revisión de material bibliográfico generado por autores que han reflexionado sobre la relación entre cultura, arte y clases sociales, concretamente Antonio Gramsci, y sobre el fenómeno conocido como "consumo cultural", específicamente Pierre Bourdieu, en el ámbito europeo, y Néstor García Canclini, en el latinoamericano. Esto permitió entender a la música popular-comercial y su "consumo" como un fenómeno híbrido, de gran complejidad, en el cual no es

posible encontrar "pureza" de ningún tipo; todos los géneros musicales que se han difundido a través de la radio mexicana son resultado de mixturas culturales y en ellos se expresan valores éticos, morales y hasta políticos e ideológicos con muy diversas connotaciones de clase, si bien predominan los de las clases dominantes; es, además, una música consumida por un público masivo en el que se distinguen estratos sociales diversos, y es, finalmente, un fenómeno musical conformado por géneros, contenidos, niveles técnicos de ejecución, estilos, gustos, estéticas, sensibilidades, valores éticos e ideas políticas extraordinariamente diversos, donde se combinan lo regional, lo nacional, lo internacional y lo "global". Llegar a este planteamiento, permitió realizar el análisis con la menor cantidad posible de prejuicios o pruritos intelectuales como, por ejemplo, partir del supuesto de que *toda* la música popular-comercial, por el hecho de no ser "culta" o "legítima" (como diría Bourdieu) y de estar subordinada a la industria cultural, carece de valor estético y merece, en consecuencia, ser descalificada. El resultado de esta revisión teórica esta resumido en al capítulo I de este trabajo.

Hay un aspecto que es importante aclarar respecto de ese marco teórico. Esta investigación centra sus objetivos en tres temas fundamentales: a) la música popular-comercial y la radio como parte de la industria cultural; b) la música popular-comercial como parte de la programación radiofónica; y c) las preferencias musicales de los radioescuchas. Sin embargo, hay un tema acerca del cual este trabajo no se planteó profundizar y, no obstante, está presente en él de manera permanente: el de los intérpretes musicales. A lo largo del texto hay referencias constantes a los intérpretes de música popular-comercial, tanto grupos como solistas; no sólo se citan nombres de los más destacados, sino su inclusión dentro del "sistema de estrellas" o *star system* que la radio ayudó a conformar en México.[17] Dada la constante referencia a nombres y obra de intérpretes musicales,

---

[17] El término *star system* lo entendemos aquí como el conjunto de relaciones que se establece entre los miembros de la elite del espectáculo (cantantes, músicos, actores) y los grandes medios de comunicación, vínculo que incluye el uso de éstos para la promoción de la imagen y la obra de esas *estrellas*. Un fenómeno determinante en la constitución del *star system* es la "idolatría mediática", que se refiere al culto a la personalidad de músicos, cantantes u otro tipo de *estrellas* del espectáculo fomentada a través de los medios masivos. La idolatría hacia las estrellas mediáticas constituye un elemento fundamental para el consumo de productos culturales --

se incluyó dentro del marco teórico una parte relativa el tema del *star system* musical mexicano y la presencia en él de mitos y arquetipos que, en nuestra opinión, son el principal elemento nutriente en ese “sistema de estrellas”. La idea central que se argumenta es que se puede identificar en la conducta, la apariencia física y la obra de diversos intérpretes que han conformado el *star system* musical mexicano, la presencia no sólo de estereotipos creados por la industria cultural, sino de arquetipos provenientes de antiguas mitologías. Se trata de mitos y arquetipos de origen milenario cuya vigencia persiste en el inconsciente colectivo a través del tiempo e influye en los creadores musicales, en los intérpretes, en los “creadores de imagen” y, por supuesto, en los radioescuchas y consumidores de productos musicales.

El tema de los intérpretes musicales y su proyección simbólica sobre los consumidores de música merecería, por supuesto, una investigación específica que podría abordarse ya sea desde la perspectiva de los medios como “creadores de estereotipos”, o bien, como lo haríamos en nuestro caso, desde la de los mitos y arquetipos y su proyección sobre el inconsciente colectivo. Los planteamientos incluidos en esa parte del texto están fundamentados en la lectura de autores que abordan el tema del mito, por ejemplo, Mircea Eliade, Ernst Cassirer y Joseph Campbell, y por supuesto en la teorízación sobre el vínculo entre arquetipos e inconsciente colectivo de Carl Jung. Aunque, insistimos, no es el objetivo de este trabajo profundizar en el tema de la proyección simbólica de los intérpretes musicales sobre los consumidores de música popular-comercial, hemos optado por mantener esa parte del texto dada la constante referencia que a lo largo del mismo se hace de los intérpretes musicales como parte de un *star system*.

Fuentes de investigación

Esta investigación es básicamente de carácter documental. Las fuentes utilizadas incluyen una bibliografía sobre historia de la radio y de la música popular comercial en México, una hemerografía integrada por revistas “musicales” y revistas especializadas en radio, diversas páginas de internet, la consulta de los

---

musicales, audiovisuales o editoriales-- y en la conformación de gustos y aficiones por parte del público. Véase, más adelante, el capítulo I de este trabajo.

acervos SCOP y SCT en el Archivo General de la Nación, entrevistas a personas vinculadas con la producción y la musicalización radiofónicas, y la consulta de diversas encuestas y mediciones sobre "consumo cultural" (incluido el de radio) en México D.F.

Para acopiar el material requerido en la investigación se utilizó el siguiente procedimiento.

La identificación de los géneros de "música popular-comercial" que han predominado en la programación de la radio la Ciudad de México durante el periodo estudiado se hizo a partir de las "listas de popularidad" 1944-2004 aparecidas en diversas publicaciones, por ejemplo, *Radiolandia* (1942-1965), *Boletín Radiofónico* (1947-), *Selecciones musicales*, *Notitas musicales* (1961-1990), *Notas para ti*, *El universo de la radio*, así como diversas páginas de internet, básicamente www.radiodifusion.com. Esto permitió observar cuáles han sido las canciones, intérpretes y géneros musicales preferidos por radioescuchas y consumidores de material discográfico. Otro indicador útil fueron las "encuestas sobre consumo cultural y de medios" que diversas instituciones o empresas realizan periódicamente desde hace varios años. Entre las consultadas están las elaboradas por el diario *Reforma*, la empresa de medición de audiencias radiofónicas INRA (International Research Associates) y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

La información sobre la evolución cuantitativa y cualitativa del cuadrante radiofónico en México D.F., o sea el incremento en el número de estaciones, su ubicación en el dial y la manera en que se fue segmentando por géneros musicales se obtuvo básicamente de las revistas *Radiolandia*, *Boletín Radiofónico*, *Radio Tips*, *El Universo de la Radio*, la Asociación de Radiodifusores del Valle de México y el Directorio de Medios Publicitarios Mexicanos (Medios Audiovisuales), que se edita desde los años sesenta del siglo XX, en donde se hace referencia al formato y tipo de programación que tienen las estaciones.

Supuestos de investigación (hipótesis)

Al elaborar el protocolo de investigación, como primera aproximación interpretativa al objeto de estudio, se formularon las siguientes hipótesis:

-- *Al inicio de las transmisiones radiofónicas en México, el género preponderante en ellas era la "música clásica", pero fue paulatinamente desplazada, a partir de los años treinta, por un conjunto de géneros musicales de carácter popular y comercial provenientes de diversos lugares del mundo y de la república mexicana. Con el transcurso de los años, la radio mexicana se colocó en la antípoda de su origen musical y se transformó en el medio privilegiado de la industria cultural para difundir los géneros populares-comerciales con creciente desprecio hacia la música clásica.*

-- *México ha producido muy pocos géneros musicales urbanos. Debido a ello, la radio comercial en la Ciudad de México ha difundido históricamente, además de música con tema rural o semi rural hecha en México, una gran cantidad de géneros llegados de otros países, los cuales arraigaron profundamente en la capital de la república, al grado de que músicos e intérpretes nacionales decidieron adoptarlos como propios y crear su obra personal tomando como pauta esos géneros foráneos*.

-- *La promoción de canciones e intérpretes de música popular-comercial en México se ha hecho a través de un "circuito de consumo mediático" integrado por la radio, los medios impresos, el cine, la televisión y más recientemente internet. El vínculo de los medios con músicos e intérpretes para promover la obra y la "imagen" de éstos dio lugar a un star system cuyo origen se ubica en el principio de los años treinta*.

-- *Debido a la necesidad de hacer más eficiente el manejo del "circuito de consumo mediático" por parte de las grandes empresas ligadas a la industria del espectáculo y del entretenimiento, el cuadrante radiofónico, sufrió, a partir de los años cincuenta, una segmentación y una especialización, fenómeno que dio origen a estaciones dedicadas a difundir géneros específicos: emisoras "rancheras", "tropicales", "de música juvenil", "gruperas", etcétera*.

En el apartado relativo a las conclusiones, al final de este trabajo, se incluyen los comentarios referentes a la comprobación o no de estos supuestos.

Estructura

La exposición de los resultados de la investigación se presenta en cuatro capítulos. El primero, "Industria cultural, mitos y arquetipos en el *star system* musical mexicano", constituye el marco teórico y conceptual del trabajo.

En el capítulo II, "Radio y géneros musicales", se presenta un recorrido histórico de la forma en que los diversos géneros musicales hoy difundidos masivamente en el Distrito Federal fueron ocupando los espacios auditivos en la sociedad capitalina durante el siglo XX y la forma en que la radio los acogió. Se analiza, asimismo, cómo las radiodifusoras fueron incorporando esos géneros a su programación, primero tratando de incluir el mayor número de ellos en sus emisiones y después segmentando las audiencias por sexo, edad y "nivel socioeconómico" para crear estaciones destinadas a difundir un género musical específico y dirigidas a audiencias de un nivel socioeconómico o una edad determinados.

En el tercer capítulo, "El *Hit Parade* mexicano", se recopilan las "listas de popularidad" musicales correspondientes al periodo 1944-2004, acompañadas por un breve análisis acerca de los géneros y el tipo de intérpretes que predominaron en cada una de esas seis décadas. El análisis del *Hit Parade* provee de una idea clara sobre los periodos de llegada, auge y decadencia de géneros e intérpretes, tanto en la industria discográfica como en la programación radiofónica. Adicionalmente, se aborda el tema de la "payola", una de las formas habituales de "promoción" de grabaciones discográficas a través de la radio.

El último capítulo, "Cuadrante inestable", es una "radiografía histórica" sobre las transformaciones sufridas por el cuadrante del Distrito Federal desde la década de los años veinte en el siglo pasado hasta 2005, tanto en lo que se refiere al número de estaciones que han ocupado las bandas de AM y FM en la capital de la república como en lo relativo a los cambios de programación registrados en cada una de las frecuencias que conforman ese cuadrante; en el caso de cada una de esas bandas se hace una breve historia de las estaciones que han operado dentro de las frecuencias actualmente ocupadas en la radio del DF (33 de AM y 27 de FM). El capítulo incluye, asimismo, información estadística sobre el número de

estaciones que, en diferentes épocas, han elegido uno u otro género musical para conformar su programación, e información estadística sobre las preferencias musicales y el consumo radiofónico de los habitantes del Distrito Federal en la década de los noventa en el siglo XX y el primer lustro del XXI.

Géneros musicales

Finalmente, antes de pasar al primer capítulo, es necesario detenerse en un punto muy importante, dado que constituye referencia permanente a lo largo de este trabajo, especialmente en los dos últimos capítulos: la definición de los géneros de música popular-comercial difundidos por la radio de la Ciudad de México, es decir, la explicación de lo que en este trabajo se entiende por cada uno de ellos. Al respecto hay que hacer una distinción entre lo que es un género desde el punto de vista técnico, estrictamente musical, y lo que es desde una perspectiva "radiofónica". Desde el punto de vista musical, un género es un estilo que se diferencia claramente de otras formas musicales por elementos como la secuencia rítmica y el uso de la armonía, pero también por peculiaridades que le otorgan el hecho de haber sido creado en determinada región del mundo o formar parte de las expresiones culturales de alguna etnia. En ese sentido el danzón y el tango son géneros diferentes aunque puedan tener elementos comunes en su génesis, por ejemplo, el hecho de tener como uno de sus antecedentes musicales a la contradanza europea. Sin embargo, desde la perspectiva de la industria radiofónica y discográfica, la idea de "género" ha adquirido connotaciones que van más allá de lo musical y se relacionan con el tipo de público que suele oír determinado tipo de música. Así, por ejemplo, puede hablarse de "música tropical" como un género radiofónico o discográfico e incluir en él a la cumbia, el danzón, la rumba, el chachachá y hasta el "híbrido" denominado "salsa". Igualmente, se puede hablar de la "música juvenil en inglés" como un género radiofónico e incluir en esa denominación a géneros musicales tan diversos como el rock en todas sus variantes, el *hip hop*, o la música *pop*. Los géneros radiofónicos y discográficos son un recurso para la mercadotecnia y para la "medición de audiencias" que sirve a ésta, etiquetas empleadas para clasificar a los géneros musicales de acuerdo a elementos que se relacionan con las características socioeconómicas y

generacionales de los consumidores. Son clasificaciones que se utilizan para elaborar la oferta de programación musical que habrá de dirigirse a los radioescuchas agrupados en "niveles socioeconómicos", grupos de edad o por sexo.

En este trabajo nos referimos tanto a los géneros musicales (especialmente en el capítulo II)[18] como a los "radiofónicos" o "discográficos", tratando de respetar la especificidad de cada uno. Enseguida la conceptualización de los "géneros musicales radiofónicos":

Música internacional: Una constante en la radio mexicana ha sido el tipo de programación conocido como "música internacional"; se trata de melodías básicamente estadounidenses y europeas interpretadas preferentemente en versiones instrumentales y alejadas de las modas del momento o de géneros identificados con algún sector de la población (por ejemplo los jóvenes y el *rock and roll*). Es una música "tranquila", generalmente para oír a bajo volumen y como fondo auditivo en las actividades cotidianas.

Música ranchera: Un género musical presente en la radio mexicana al menos desde finales de los años veinte es la música denominada "ranchera". En realidad lo que se conoce con este nombre es un tipo de música creado por compositores urbanos que retoman ritmos (fundamentalmente sones jaliscienses) y temas "campiranos" o "rancheros" a partir de los cuáles elaboran canciones con historias de tipo "rural". Su acompañamiento es básicamente con mariachi, aunque suele haber duetos o tríos que interpretan canciones rancheras con acompañamiento de guitarras. Desde luego, hay en el género canciones auténticamente rurales que a través de arreglos musicales han sido incorporadas al repertorio "ranchero" de la música popular-comercial. En algunas radiodifusoras del Distrito Federal la música ranchera ha sido programada junto con otro género con menos adeptos en la capital del país, pero también muy gustado: la "música norteña", especialmente la originada en Nuevo León y Tamaulipas.

[18] En ese capítulo existen definiciones, estrictamente musicales, con respecto a la mayoría de los géneros que se escuchan y han escuchado en la radio al abordar la génesis de cada uno y la forma en que llegaron a México.

Música tropical: Otro género que logró arraigo en la radio del Distrito Federal es el que se ha denominado música “tropical”. En él se han incluido a lo largo de la historia musical radiofónica y discográfica en México los diversos ritmos afrocubanos, es decir lo que se conoce como el “complejo del son”: rumba, guaracha, guajira, son montuno, columbia, danzón, chachachá, guaguancó, etcétera. También han sido incorporados a ese rubro ritmos puertorriqueños, como la plena y la bomba; dominicanos, como el merengue o la bachata; y colombianos, como el porro, la cumbia y el vallenato. Incluso se suele colocar en esta categoría a híbridos musicales como la “salsa”, que mezcla varios de esos ritmos con algunos elementos del jazz. Los críticos del término “música tropical” aseguran, con razón, que su empleo es incorrecto, porque entonces habría que llamar así a toda la música que se hace en los países “tropicales”, es decir los que se encuentran en la franja de los trópicos (el de Cáncer y el de Capricornio) que circunda a la Tierra y en varios de los cuales este tipo de música probablemente ni siquiera se conoce. Quienes critican ese término suelen utilizar uno ciertamente más adecuado: música afroantillana o afrocaribeña para aludir a la raíz africana que tienen estos ritmos y al hecho de haberse generado en las Antillas y extenderse a países que tienen costa en el Caribe como México, Colombia, Venezuela y las naciones de Centroamérica. Aun compartiendo esa crítica, utilizamos en este trabajo el término “música tropical” debido a que es el empleado habitualmente en la industria radiofónica y discográfica.

Música clásica: Aunque en rigor el término debería aplicarse a la música “culta” occidental compuesta en el periodo denominado clásico (mediados del siglo XVIII a principios del siglo XIX), ha sido costumbre llamar “clásica” a la música, básicamente europea, compuesta desde el medioevo hasta la primera mitad del siglo XX, aunque en esta última época ya se incluye la producida en otros continentes, especialmente en América. En esta clasificación no se considera a la música de carácter popular ni folklórica, sino la que se tocó en las Cortes europeas en distintas épocas y después en las salas de concierto: la música de cámara, las obras sinfónicas o los conciertos para algún instrumento solista.

Música moderna y juvenil: A partir de los años cincuenta, pero fundamentalmente de los sesenta, ingresó a la radio mexicana un estilo de música que a través de los años –y pese a los cambios que ha tenido— se ha llamado "moderna" o "juvenil". Con ambos términos se quiso subrayar el tipo de audiencia a la que va dirigida: los jóvenes. "Moderna" en oposición a "antigua", bajo el supuesto de que a los jóvenes les gusta lo nuevo, y "juvenil" para indicar el rango de edad de los posibles radioescuchas.

En esta categoría hay una división: música en español y música en inglés. Se trata de una división que ha persistido a lo largo de las décadas y visto pasar ritmos y estilos musicales diversos, desde el *rock and roll* hasta el *pop*,[19] que en su momento fueron consumidos por los jóvenes urbanos.

a) *Música moderna y juvenil en español* se llamó en la radio, durante los años cincuenta y parte de los setenta, al *rock and roll* interpretado por grupos o solistas mexicanos, españoles y latinoamericanos; luego, en la plenitud de la década de los sesenta, el *twist* se añadió a la oferta musical juvenil junto con los ritmos que integraron el "movimiento a go go" (*surf*, *jerk*, *shake*, *watusi*, *yenka*, *freddy*, *mashed potatos*, *bus stop*). Más tarde, en los setenta, la balada predominó en la música dirigida a los jóvenes y en los ochenta el dominio fue para el *pop*.

b) *Música moderna y juvenil en inglés* ha sido el término para designar a la programación basada en canciones provenientes de Inglaterra o Estados Unidos

[19] La música *pop* es un fenómeno del siglo XX y está estrechamente ligado al desarrollo de la industria discográfica. El término es de origen sajón. Originalmente se llamó *pop*, a la música "popular" en general para distinguirla de la música "culta" o "clásica"; *pop* era, en ese sentido, una contracción de "popular" y en tal denominación entraban lo mismo el *rock*, el *folk*, el *funky*, la *balada* y hasta el *jazz*. Con el tiempo, sin embargo, el *pop* se ha convertido en un género relativamente autónomo con características propias. Estas características, más que estrictamente musicales, se refieren a la estructura formal de las canciones incluidas en el género; son piezas cuya estructura consta de "verso--estribillo o coro--verso", duran como máximo tres minutos, su instrumentación es sencilla y está siempre subordinada a la voz, la melodía y el ritmo (repetitivo) dominan sobre la armonía, son "pegajosas", o sea de música y letra fácilmente recordables (en especial el estribillo o coro) y están pensadas para agradar "al gran público". Las canciones *pop*, pueden estar emparentadas con cualquier género musical; puede haber "pop-rock", "cumbia-pop", "balada-pop", "bolero pop", "techno-pop" y hasta "ranchero pop", siempre y cuando cumplan con la estructura formal antes mencionada. En vista de que es una música pensada y producida para vender, el *pop* es considerado "música estándar", prácticamente sin pretensión estética, y en consecuencia suele ser despreciado por los músicos que tienen pretensiones artísticas y por el público de gusto exigente. A cambio de ese desprecio minoritario, es actualmente el género que tiene más adeptos entre los consumidores de material fonográfico en el mundo y el tipo de música que las empresas discográficas prefieren para "lanzar" nuevas *estrellas* del espectáculo.

principalmente y que corresponde a géneros y ritmos como el rock en todas sus variantes (*hard*, *heavy metal*, progresivo, *punk*, etcétera), el *pop*, y derivados posteriores como el *techno*, el *house* o el *rap*, entre otros.

Balada en español: Originalmente la balada es una composición poética de origen nórdico, cuyas estrofas tienen el mismo número de versos, en la que se cuentan con sencillez historias tradicionales o leyendas sobre un hecho o un personaje. En los siglos XIV y XV las baladas, género ya diseminado por Europa, se empezaron a musicalizar y a bailarse, pero a partir del siglo XVI se comenzó a producir balada como una forma de canción apropiada para ser interpretada por un solista y con temas generalmente amorosos. En la segunda mitad del siglo XX la balada se convirtió en la forma de canción popular-amorosa de mayor aceptación en el mundo gracias al impulso que le dio la industria cultural. A partir de los años sesenta, la figura del "baladista" se convirtió en una de las mejor cotizadas dentro de la industria discográfica y radiofónica.

Música de catálogo: Por un proceso cronológico elemental, la música que ha estado de moda en una época deja de estarlo y pasa a nutrir la nostalgia de la generación que era joven cuando aquella estuvo en boga. Deja de ser música juvenil y se convierte en música "de catálogo" en tanto mucha de ella se sigue editando en discos y difundiéndose por la radio. En gran medida, esta música del recuerdo constituye el archivo, la memoria histórica, de la música popular-comercial.

Al igual que en el caso de la música "moderna y juvenil" la radio mexicana ha programado música de catálogo tanto en inglés como en español. Hoy es posible encontrar en el cuadrante capitalino música "del recuerdo" perteneciente a varios géneros: boleros, canciones rancheras o "tropicales" de los años cuarenta o cincuenta, rock en español o en inglés de los sesenta y los setenta, baladas con más de treinta años de existencia y hasta *pop* de los años ochenta o principios de los noventa, pues la añoranza no es exclusiva de los ancianos y la industria cultural recicla productos musicales, literarios, televisivos, cinematográficos o radiofónicos que estimulan el placer de la nostalgia a edades cada vez más tempranas.

Música grupera: La “música grupera” es un híbrido donde confluyen varios géneros, un crisol en el que pueden identificarse ritmos diversos, fundamentalmente la cumbia, el rock, el bolero, la música mexicana norteña, la música de “banda” de la costa del Pacífico, elementos de música ranchera, vallenato, todo conjuntado en un soporte que tiene como fundamento la dotación básica del grupo de rock (bajo eléctrico, batería y guitarra eléctrica) a la que con el tiempo se le fueron añadiendo otros instrumentos, por ejemplo teclados (primero piano, órgano y finalmente sintetizadores), acordeón, bajo sexto, alientos y percusiones diversas incluido el timbal de la música afroantillana. Su historia se remonta a la mezcla de rock y cumbia hecha por diversos grupos en los años sesenta y setenta del siglo XX, la transmutación de roqueros a boleristas efectuada por varias agrupaciones en los setenta y el aporte de grupos norteños nuevos que, en los años noventa, incorporaron la tecnología y la electrónica para lograr un sonido “tecno-banda” o “tecno-norteño”. Esta mixtura se fue desarrollando a partir del primer lustro de los años sesenta y encontró su consolidación al iniciar la década de los noventa.

CAPITULO I
INDUSTRIA CULTURAL,
MITOS Y ARQUETIPOS EN EL *STAR SYSTEM* MUSICAL MEXICANO

Desde el inicio de sus operaciones en México, durante la segunda década del siglo pasado, la radio ha sido un vehículo privilegiado para la difusión musical. Durante más de ocho décadas, la música ha estado presente como elemento fundamental en la programación radiofónica. En opinión de los industriales de la radio, esa presencia, ya añeja, ha permitido a este medio de comunicación expresar "la gran riqueza melódica de México y del mundo" y proporcionar al público mexicano la oportunidad de conocer una amplia gama de expresiones musicales. Opiniones críticas, sin embargo, consideran que la radio comercial, predominante en México, ha exagerado en la inclusión de música en sus transmisiones, al grado de convertir a este medio en una "gran sinfonola" que ha mantenido subordinados e incluso desplazados otros géneros radiofónicos "más creativos" o presuntamente con mayor utilidad social, como la radio de "contenido" o debate.[1]

Se trata, sin duda, de posiciones extremas, una matizada por la autocomplacencia, la otra teñida por cierto menosprecio hacia una de las manifestaciones estéticas esenciales del ser humano. La radio comercial no ha sido el maravilloso escaparate en el que los mexicanos de varias generaciones habrían abrevado del enorme caudal constituido por la producción musical de México y el mundo –como aseguran los industriales de la radio--, pues el más elemental de los análisis revelaría que hay géneros e intérpretes que fueron y son desplazados del medio radiofónico o que, en el mejor de los casos, han podido

[1] Véase por ejemplo, el siguiente planteamiento: "(La radio en México ha atravesado por tres etapas). En el segundo periodo, en especial en los años sesenta y setenta, la programación entra en un *impasse* creativo, la famosa 'etapa de sinfonola', que le impide jugar con las grandes transformaciones urbanas, demográficas, políticas y sociales acaecidas en esos años". Rosalía Winocour, *Ciudadanos mediáticos; la construcción de lo público en la radio*, p. 51.

tener una presencia efímera o marginal en alguna emisora. Por su parte, la postura que considera exagerada la presencia de música en la radio y condena la transformación de ésta en una “gran sinfonola”, parece olvidar la importancia que el fenómeno musical tiene en la vida social e individual de los seres humanos, en la vida y en la historia de las regiones, de las ciudades, de los países. La música está presente en el tiempo libre, en la vida cotidiana, en las relaciones interpersonales, en los actos de introspección, en el amor, en los movimientos corporales (individuales y colectivos), en la sexualidad, en los movimientos sociales y políticos, en la historia de una nación. Una de las mejores formas de conocer una historia personal y también la historia cultural de un país es a través de la música; ésta refleja el devenir de una nación a través de generaciones sucesivas de seres humanos al tiempo que nutre la vida cotidiana de ellos. En gran medida, la música que oímos es el *sound trac*k de nuestra existencia diaria, la “banda sonora” que acompaña nuestras acciones y pensamientos.

Que la radio haya destinado durante décadas una gran cantidad de tiempo al aire para difundir música no constituye, por lo tanto, un “pecado”; en todo caso lo que mercería ser analizado es la manera en que este medio, como parte de la industria cultural, ha dado cabida en sus transmisiones al fenómeno musical. Por lo menos en siete de las ocho décadas que tiene de operar en México (si excluimos la de 1921 a 1930), la radio ha dado prioridad a la que en este trabajo denominaremos “música popular-comercial” y a la cual definimos, para los fines de esta investigación, en dos aspectos:

a) En tanto parte de la industria cultural, la entendemos como *el conjunto de productos musicales que, independientemente del género al que pertenezcan y de su calidad intrínseca, son objeto de un proceso de compra-venta, tanto en casas editoras como en el mercado discográfico*, *y de un proceso de promoción mediática para su venta*. La realización en el mercado de esos productos es el objetivo primordial de sus creadores. En consecuencia, otros géneros, como la música sinfónica, la de cámara, o la música folclórica que, por supuesto, también pueden ser objeto de comercialización, pero no como objetivo básico de sus creadores, han sido habitualmente poco atendidos o desplazados de la radio, lo

mismo que géneros considerados “no comerciales” o “marginales” por la industria cultural.

Debido a que la radio mexicana se ha preocupado fundamentalmente por difundir música popular-comercial, es posible ubicarla dentro de un “circuito de consumo mediático” que, en este trabajo, entendemos como *el conjunto de medios de comunicación (radio, cine, impresos, televisión y recientemente internet) organizados en un sistema cuyo objetivo es promover, a través de recursos como la publicidad, las presentaciones personales, las entrevistas, las inserciones pagadas, las conferencias de prensa y otro tipo de acciones de comunicación como el chat, la imagen y la producción musical de cantantes y estrellas del espectáculo*. Esta actividad de promoción se realiza a través de un plan de trabajo que utiliza a esos medios de manera consecutiva (uno enseguida de otro de acuerdo a un orden que convenga al plan) o simultánea. En este sentido, la radio puede ubicarse como parte de una industria cultural entendida ésta según la definición elaborada por la UNESCO en 1981: “Se considera que existe una industria cultural cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios industriales y comerciales, es decir, en serie y aplicando estrategias de carácter económico”.[2]

b) La ubicación de la radio como parte de un circuito mediático cuyo principal objetivo es realizar en el mercado la producción musical elaborada con ese fin, no implica en modo alguno descalificar automáticamente toda la música que se difunde y se ha difundido a través de los años en la radio mexicana. Hacerlo sería desconocer el papel que ese enorme caudal de melodías y canciones ha jugado en la historia de la cultura popular. Por ello, más que descalificar o exaltar a la música difundida históricamente por la radio, lo que se intenta en este trabajo es analizarla como un producto híbrido, complejo, en el cual no es posible encontrar “pureza” de ningún tipo; todos los géneros musicales que se han difundido en ese medio son resultado de mixturas culturales y en ellos se expresan valores éticos, morales y hasta políticos e ideológicos con muy diversas connotaciones de clase,

---

[2] UNESCO, *Industrias culturales; el futuro de la cultura en juego*, México, Fondo de Cultura Económica, 1982.

si bien predominan los de las clases dominantes; es, además, una música consumida por un público masivo en el que se distinguen estratos sociales diversos, y es, finalmente, un fenómeno musical conformado por géneros, contenidos, estilos, gustos, estéticas, sensibilidades, niveles técnicos de ejecución, valores éticos e ideas políticas extraordinariamente diversos, donde se combinan lo regional, lo nacional, lo internacional y lo "global".

Las preguntas que guían esta investigación son las siguientes: a) ¿por qué la radio de México, Distrito Federal, difunde exactamente la música que transmite, por qué esa y no otra?; b) ¿cómo se fue conformando históricamente ese tipo de programación?; c) ¿qué factores culturales y económicos han intervenido para que el cuadrante musical tenga las características que ahora conocemos?; d) qué géneros e intérpretes musicales han sido preferidos por los consumidores de música comercial – popular a lo largo del periodo estudiado?

Intentar la respuesta a estas interrogantes exige un marco conceptual necesariamente ecléctico dada la variedad de los temas que involucran. Por una parte, implican a la radio como industria y a lo que aquí llamamos música popular-comercial, es decir una expresión estética que se desarrolla bajo las exigencias y requerimientos de la industria cultural. Por otra, se hace referencia a un tipo de radio que existe en un tiempo, un país y una ciudad determinados. Finalmente, se hace alusión a las preferencias o gustos estéticos de los radioescuchas, a su afición por ciertos géneros musicales y a su predilección por determinados intérpretes.

Tal diversidad de temas ha hecho que esta investigación se aborde a partir de un cuerpo conceptual fundamentado en las aportaciones de varios autores: Horkheimer y Adorno para el tema de la industria cultural: Walter Benjamin para el de la relación entre la obra artística y el público masivo; Antonio Gramsci, acerca de la relación entre hegemonía y cultura; Pierre Bourdieu sobre el "gusto estético" y la condición de clase; Néstor García Canclini a propósito de la hibridación de las culturas y del carácter, también híbrido y sumamente complejo, de los productos culturales; Mircea Eliade y Joseph Campbell acerca de la importancia del mito en

las culturas y Carl Jung sobre los arquetipos y el inconsciente colectivo. Enseguida la exposición de ese marco conceptual.

1. Industria cultural

Hace ya varias décadas, en 1947, Max Horkheimer y Theodor Adorno expusieron con lucidez el papel de los medios de difusión masiva como integrantes de un sistema inserto en la dinámica de la producción capitalista, al que llamaron industria cultural:

> Film, radio y semanarios –escribieron estos autores cuando la televisión, el otro gran medio masivo del siglo XX, iniciaba apenas su despegue— constituyen un sistema (en el que) cada sector está armonizado en sí y todos entre ellos... Film y radio no tienen ya más necesidad de hacerse pasar por arte... Se autodefinen como industrias y las cifras publicadas de las rentas de sus directores generales quitan toda duda respecto a la necesidad social de sus productos”. [3]

Lo que Horkheimer y Adorno visualizaban en estas líneas era la existencia de un tipo de producción, de carácter cultural, integrada por mercancías destinadas a satisfacer necesidades o demandas vinculadas no con el alimento del cuerpo sino con la sensibilidad estética de una masa muy amplia de consumidores; una industria que, precisamente para serlo, debía satisfacer un mercado masivo y, en consecuencia, cumplir con una condición básica de ese tipo de producción: la estandarización de los gustos que, a su vez, posibilita la uniformización de los productos y su fabricación en serie. La industria cultural, por lo tanto, tenía que plantearse como objetivo trascender los gustos individuales en tanto no podía producir los satisfactores para todos o la mayoría de esos gustos, sino crear y estimular un “gusto estético masivo” que pudiera ser satisfecho con miles o millones de productos iguales entre sí, fabricados en serie.

> La técnica de la industria cultural ha llegado sólo a la igualación y a la producción en serie, sacrificando aquello por lo cual la lógica de la obra (artística) se distinguía de la del sistema social. Pero ello no es causa de una ley de desarrollo de la técnica en cuanto tal, sino de su función en la economía actual.[4]

A la estandarización de los gustos y la uniformización de los productos culturales, corresponde el desarrollo de medios masivos que ya no se encargan de

---

[3] Véase Adorno, Theodor y Horkheimer, Max, “La industria cultural”, en *Dialéctica del Iluminismo*, Editorial Sur, Buenos Aires, 1969.
[4] *Ibidem*.

satisfacer necesidades estéticas individuales en cuanto tales, sino necesidades de individuos en tanto integrantes de una masa. El medio "individualista", que pone en contacto a dos personas que interactúan mutuamente, va dejando paso al medio "democrático" que lleva mensajes, de modo simultáneo, a los integrantes de una masa. Esa es la diferencia que Horkheimer y Adorno atribuyen a la telefonía con respecto de la radiodifusión; un medio es individual, el otro masivo:

> El teléfono, liberal, dejaba aún al oyente la parte de sujeto. La radio, democrática, vuelve a todos por igual escuchas, para remitirlos autoritariamente a los programas por completo iguales de las diversas estaciones.[5]

1.1. *Reproductibilidad técnica*

Pero la estandarización de los gustos y la uniformización de la producción sólo pueden existir mediante otro factor fundamental en la conformación de la industria cultural: la "reproductibilidad" técnica de la obra artística, sea ésta audiovisual o gráfica. Este fenómeno fue analizado, también con lucidez, por otro miembro de la escuela de Frankfurt: Walter Benjamin. En su célebre *La obra de arte en la época de la su reproductibilidad técnica*, publicada en 1936,[6] Benjamin se refiere a la forma en que los desarrollos tecnológicos del capitalismo han afectado a la obra artística, desde la evolución de las "artes gráficas" que, en el siglo XIX, generaron formas de reproducción de gran exactitud como la litografía o la fotografía, hasta los desarrollos del siglo XX con los medios audiovisuales, especialmente las grabaciones fonográficas difundidas por la radio y el cine (la televisión apenas iniciaba en los años treinta, época en la que Benjamin escribe su ensayo). Según Benjamín, la obra de arte siempre ha sido susceptible de reproducción, básicamente con dos objetivos: 1) como ejercicio educativo-artístico: los estudiantes de arte o artistas en ciernes copian las obras de los grandes maestros para aprender de ellos e ir desarrollando un estilo propio; 2) la reproducción de la obra artística para obtener ganancias a través de su venta. Esta última es la base para el surgimiento y desarrollo de la industria cultural.

---

[5] *Ibidem*.
[6] Walter Benjamin, "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica", en *Discursos interrumpidos*, Taurus, 1973.

Pero sea cual fuere el móvil que lleva a la reproducción de la obra –un motivo didáctico o comercial--, la obra reproducida, aun cuando genere copias fieles y "exactas", pierde lo que Benjamin llama el "aura", es decir su singularidad, el hecho de no parecerse a ninguna otra cosa, de haber sido realizada en un momento y en un lugar determinados, bajo circunstancias específicas y de haber "vivido" una historia irrepetible.[7] Pero si con la pérdida del "aura" la obra de arte reproducida técnicamente pierde en buena medida su "valor cultual", incrementa, en cambio, su "valor exhibitivo". En la "recepción" de la obra de arte por el público hay diversos matices y acentos entre los cuales destacan dos: su valor cultual, es decir su relación con el culto, con el ritual que implica el disfrute y la percepción de una obra de arte; y su valor exhibitivo, su posibilidad de ser vista. El valor cultual empuja a la obra de arte a mantenerse oculta; ciertas obras de arte de carácter sacro, por ejemplo, sólo son accesibles a los sacerdotes en el ritual y se exhiben públicamente muy pocas veces. En cambio, "a medida que las ejercitaciones artísticas se emancipan del regazo ritual aumentan las ocasiones de exhibición de sus productos". La reproductibilidad técnica de la obra artística modificó la relación de la masa con el arte. Hay un mayor acceso de las personas al arte; por ejemplo, en el caso de la música ya no se necesita, gracias a las grabaciones fonográficas o a las transmisiones radiofónicas, asistir a la sala de conciertos para escuchar grandes obras. Pero esta masificación –dice Benjamin-- tiene un efecto en la actitud del público frente a la obra de arte. Hay una disociación entre actitud crítica y fruición o disfrute. El público masivo suele disfrutar de lo convencional sin criticarlo y en cambio critica con aversión lo verdaderamente nuevo. Con la ayuda de la industria cultural, el valor exhibitivo de la obra se vuelve predominante y termina por subordinar al valor cultual.

---

[7] Benjamin define al "aura" como: "La manifestación irrepetible de una lejanía (por cercana que pueda estar). Descansar en un atardecer de verano y seguir con la mirada una cordillera en el horizonte o una rama que arroja su sombra sobre el que reposa, eso es aspirar el aura de esas montañas, de esa rama". *Op.cit.*, p. 24. Hay que decir, sin embargo, que, en el caso de las grabaciones musicales, puede producirse, en un fenómeno que Benjamin no percibió, una nueva "aura", porque la ejecución realizada para grabar un disco también es irrepetible, también es resultado de un momento y una situación que no volverán a suscitarse en otras ejecuciones y en otras grabaciones. Las grabaciones musicales también incluyen inflexiones de la voz, acordes o percusiones que nunca volverán a repetirse.

Pero la reproductibilidad técnica permite no sólo la producción masiva de copias o reproducciones de obras artísticas; también hace posible la fabricación de mercancías culturales que no necesariamente son creadas para satisfacer una necesidad de expresión artística por parte de quien las produce. Se trata de música, literatura o material audiovisual creados para ser consumidos por un público masivo cuyos integrantes no importan a la industria como individuos distintos entre sí, dotados, como diría Benjamin, de un "aura" que los hace únicos, irrepetibles, sino como parte de una estadística a través de la cual puedan cuantificarse ventas y ganancias. La única distinción que para la industria cultural existe entre los consumidores no obedece a sus diferencias como personas, sino, precisamente, a los diferentes rasgos que como consumidores tienen y que están dados por aspectos como su capacidad de compra y en general por sus gustos "cuantificables". Así lo vieron Horkheimer y Adorno desde los años cuarenta:

> (En la industria cultural) las distinciones enfáticas, como aquellas entre *films* de tipo a y b o entre historias de semanarios de distinto precio, no están fundadas en la realidad, sino que sirven más bien para clasificar y organizar a los consumidores para adueñarse de ellos sin desperdicio. Para todos hay algo previsto, a fin de que nadie pueda escapar; las diferencias son acuñadas y difundidas artificialmente. El hecho de ofrecer al público una jerarquía de cualidades en serie sirve sólo para la cuantificación más completa. Cada uno debe comportarse, por así decirlo, espontáneamente, de acuerdo con su nivel determinado en forma anticipada con índices estadísticos, y dirigirse a la categoría de productos de masa que ha sido preparada para su tipo. Reducidos a material estadístico los consumidores son distribuidos en el mapa geográfico de las oficinas administrativas (que prácticamente no se distinguen más de las de propaganda) en grupos según los ingresos, en campos rosados, verdes, azules.[8]

Sin embargo, no son solamente mercancías derivadas de actividades artísticas –música, literatura, material gráfico o audiovisual— lo que la industria cultural se encarga de poner en oferta para consumo masivo. Incluso la imagen pública de quienes como creadores o intérpretes de las obras acompañan a éstas en su periplo a través del "circuito de consumo mediático" asume el carácter de mercancía. Se trata del "culto a las *estrellas*", fenómeno que Walter Benjamin analizó muy bien para el caso del cine y al cual volveremos más adelante.

---

[8] Adorno, Theodor y Horkheimer, Max, *op. cit*.

2. ¿Hegemonía o reproducción?

Las aportaciones de los clásicos de la teoría crítica permiten ubicar a la “música popular-comercial” como un fenómeno vinculado con la industria cultural y con la estandarización de los gustos, así como con la uniformización de los productos musicales. No obstante, esas aportaciones tienen como limitación cierta rigidez que entra en conflicto con la evolución de la industria cultural en el siglo XX, la cual introdujo nuevos fenómenos sociales e hizo más complejos los analizados por aquellos pensadores en la primera mitad de esa centuria. Si bien los elementos esenciales de la industria cultural y el consumo masivo de la obra artística conservan las características enunciadas en el cuerpo conceptual de la teoría crítica, hay elementos que escaparon a la percepción de estos autores, ya fuera por el momento histórico que les tocó vivir o por cierto sesgo ideológico en sus análisis.

Por ejemplo, en los planteamientos de Horkheimer, Adorno y Benjamin se percibe una descalificación con respecto al “gusto estético masivo”, el cual, desde su perspectiva estaría confrontado con el “verdadero arte”. Esta corriente no teoriza sobre la posibilidad de que existan “culturas populares” capaces de generar estéticas propias, sino que analiza cómo la masificación de los productos culturales incide en la formación del gusto estético en las clases populares. De ahí que si este cuerpo conceptual se utilizara de manera ortodoxa para analizar el fenómeno de la “música popular-comercial” habría que llegar a la conclusión de que ésta es simplemente una expresión de la industria cultural y que sus valores estéticos son prácticamente inexistentes en tanto está alejada del “arte verdadero”.

Una descalificación así está fuera del modo de pensar del autor de esta investigación para quien esa música es uno de los elementos constitutivos de la cultura popular urbana en México. Por ello, es necesario mirar hacia la obra de otros autores en busca de respuestas a la pregunta de cuáles son los determinantes que confluyen en la creación y desarrollo del gusto estético de las clases que constituyen el público masivo.

2.1. *Gramsci*

En la década de los años veinte, en el siglo pasado, Antonio Gramsci –pensador de raíz marxista, al igual que los teóricos de la escuela de Frankfurt-- reflexionó sobre la existencia de una cultura popular, básicamente de una cultura propia de la clase proletaria, y acerca de la conformación de esa cultura como instrumento transformador y liberador.

Para Gramsci, el ámbito de la cultura es un espacio en el que se disputa la hegemonía social o, para decirlo en sus términos "la dirección intelectual y moral" de una clase sobre el conjunto de la sociedad. Es muy conocida la fórmula gramsciana según la cual el poder social se ejerce no sólo mediante la coerción del aparato de Estado, sino a través de un fino entramado político y cultural en el que las ideas de la "clase dominante" en lo ético, lo artístico, lo cultural y fundamentalmente en el "sentido común" (o sea en el pensamiento cotidiano de la población expresado en hábitos y convicciones morales) son aceptados como propios por las "clases subalternas". Según Gramsci, esta "dirección cultural y moral", la hegemonía, se logra a través de la escuela y diversas entidades de la sociedad civil:

> Cada Estado es ético en cuanto una de sus funciones más importantes es elevar a la gran masa de la población a un determinado nivel cultural y moral, nivel (o tipo) que corresponde a las necesidades de desarrollo de las fuerzas productivas y por consiguiente, a los intereses de las clases dominantes. La escuela como función educativa positiva y los tribunales como función educativa represiva y negativa, son las actividades estatales más importantes en tal sentido. Pero en la realidad, hacia el logro de dicho fin tienden una multiplicidad de otras iniciativas y actividades denominadas privadas, que conforman el aparato de hegemonía política y cultural de las clases dominantes.[9]

Teóricos posteriores a Gramsci, específicamente Louis Althusser,[10] desarrollaron la tesis de los "aparatos ideológicos del Estado" en los cuales se incluye a los medios de comunicación como uno de los más poderosos vehículos de persuasión y de transmisión de valores desde la clase dominante hacia las subalternas. Estos valores no sólo se manifestarían en el ámbito de las ideas políticas o los preceptos morales, sino en el de los productos culturales, como la

---

[9] Antonio Gramsci, *Notas sobre Maquiavelo, sobre política y sobre el Estado Moderno*, p. 161.

[10] Louis Althusser, *Ideología y aparatos ideológicos del Estado (notas para una investigación*, Ediciones Pepe, Medellín, Colombia, 1978.

música, la literatura o la creación plástica, a través de los cuales la ideología dominante encontraría su reproducción.

Desde la perspectiva gramsciana, la hegemonía es un fenómeno condicionado por determinantes históricos, no es "eterno" y está, por ello, sujeto a cambios constantes. La hegemonía de una clase puede sufrir crisis ("orgánicas" o "coyunturales") e incluso ser transformada por la acción política y cultural de las clases subalternas y sustituida por una nueva hegemonía. Para Gramsci, cuyo discurso teórico está en todo momento acompañado de su posición como militante comunista, la clase que debe construir una nueva hegemonía es el proletariado en alianza con otras clases subalternas.

> La comprensión crítica de sí mismo se logra a través de una lucha de 'hegemonías' políticas, de direcciones contrastantes, primero en el campo de la ética, luego en el de la política, para arribar finalmente a una elaboración superior de la propia concepción de la realidad. La conciencia de formar parte de una determinada fuerza hegemónica (esto es, la conciencia política) es la primera fase para una ulterior y progresiva autoconciencia, en la cual teoría y práctica se unen finalmente... He aquí por qué es necesario poner de relieve que el desarrollo político del concepto de hegemonía representa un gran progreso filosófico, además de un progreso político práctico, porque necesariamente implica y supone una unidad intelectual y una ética conforme a una concepción de la realidad que ha superado el sentido común y se ha tornado crítica...[11]

En la construcción de la "nueva hegemonía", Gramsci otorga gran importancia al arte y la cultura, ámbitos en los que, considera, la transformación social es mucho más compleja que en el terreno de la economía. Por ejemplo, dice, la fabricación industrial continuará generando en la nueva sociedad bienes materiales de acuerdo con el desarrollo de las fuerzas productivas, pero la construcción de una nueva cultura es mucho más difícil:

> El campo de la lucha por la creación de una nueva civilización es absolutamente misterioso, totalmente caracterizado por lo imprevisible y lo imprevisto. Una fábrica que pasa del poder capitalista al poder obrero continuará produciendo los mismos objetos materiales que produce actualmente. Pero, ¿de qué manera y bajo qué formas nacerán las obras poéticas, dramáticas, novelísticas, musicales, pictóricas, costumbristas y lingüísticas? Esas obras no son producidas por una fábrica material. Dicha fábrica no puede reorganizarse con un poder obrero, siguiendo un plan. Aquí no se puede prever la producción necesaria para la satisfacción de las necesidades inmediatas, no se pueden elaborar estadísticas. En este campo nada se puede prever excepto una hipótesis general: existirá una cultura (una civilización) proletaria, totalmente diferente a la cultura burguesa. Existirá una

---

[11] Antonio Gramsci, *El materialismo histórico y la Filosofía de B. Croce*, p. 20.

> poesía, una novela, un teatro, costumbres, una lengua, una pintura, una música características de la civilización proletaria, floración y ornamento de una nueva organización social.[12]

Para Gramsci, sin embargo, la construcción de una nueva cultura no debe implicar una "politización" del arte y tampoco poner a éste al servicio de la propaganda:

> Es evidente que, para ser exactos, debe hablarse de lucha por una "nueva cultura" y no por un "nuevo arte" (en sentido inmediato). Tal vez tampoco puede decirse que se lucha por un contenido nuevo del arte, que no podría ser pensado abstractamente separado de la forma. Luchar por un nuevo arte significaría luchar por crear nuevos artistas, lo cual es absurdo, ya que éstos no pueden ser creados artificialmente. Se debe hablar de lucha por una nueva cultura, es decir por una nueva vida moral, que no puede dejar de estar íntimamente ligada a una nueva intuición de la vida, hasta convertirla en una nueva manera de ver y sentir la realidad, y por consiguiente, en un mundo íntimamente connaturalizado con los "artistas posibles" y con las "obras de arte posibles". Por eso el arte es arte y no propaganda política "querida" y propuesta... La presión del político para que el arte de su tiempo exprese un determinado mundo cultural es actividad política, no de crítica artística. Si el mundo cultural por el que se lucha es un hecho viviente y necesario, su expansión será irresistible y encontrará sus artistas.[13]

Pese a la finura del pensamiento de Gramsci no es difícil, si se "aplica" de manera mecánica, caer en la tentación de considerar que existen culturas de clase "puras" (burguesa, proletaria, campesina) cuyos "valores" estarían contrapuestos, en constante pugna y tendrían, por lo tanto, que ser rechazados por las clases antagónicos, las cuales deberían hacer prevalecer sus valores "propios". Así, la idea de hegemonía haría pensar, por ejemplo, que en la música popular-comercial difundida a través de los medios se transmiten "valores de la clase dominante" por lo cual habría que estimular la producción y difusión masiva de la música producida verdaderamente por los sectores populares, o bien la que expresa sus sentimientos e intereses. Sin embargo, el problema no es tan sencillo: ¿podríamos, en el caso de México, "descalificar" a toda la música difundida históricamente a través de la radio por considerarla comercial o no contener

---

[12] Antonio Gramsci, *Socialismo y fascismo*, citado por María Antonieta Macciocchi en *Gramsci y la Revolución de Occidente*, p.p. 215-216.

[13] Antonio Gramcsi, *Literatura y vida nacional*, citado por María Antonieta Macciocchi en *Gramsci y la Revolución de Occidente*, p.p. 216-217.

explícita o implícitamente “valores” que expresen los intereses de las clases subalternas?

Por la época en que fue expresada, cuando el desarrollo de la radio apenas comenzaba, y por el sitio geográfico en el que surgió, la Europa de la primera mitad del siglo XX donde la radio no era comercial sino estatal, la teoría gramsciana no podía prever la complejidad que alcanzarían los medios electrónicos de comunicación como parte de la industria cultural. No obstante, el concepto de hegemonía es muy útil para entender a los medios y a los productos generados por la industria cultural como parte de una lucha social y política por obtener la “dirección intelectual y moral”.

Sin embargo, tratar de analizar un fenómeno tan complejo como es el de la difusión musical a través de la radio sólo a partir del concepto de hegemonía – o con este como concepto central de análisis— no sería suficiente y menos si se intenta desde una perspectiva dicotómica que viera en las “culturas de clase” fenómenos “puros” y los entendiera exclusivamente como parte de una confrontación en la que los contenidos difundidos por los medios electrónicos serían vehículo ya sea para ejercer la “dominación ideológica” o bien para “deshegemonizar” la conciencia de las clases subalternas.

La dificultad de analizar de esta forma los fenómenos culturales se agudiza cuando conceptos como el de hegemonía “son usados como superparadigmas y generan estrategias populares a las cuales se pretende subordinar la totalidad de los hechos: todo lo que no es hegemónico es subalterno, o a la inversa. Se omiten entonces en las descripciones procesos ambiguos de interpretación y mezcla, en que los movimientos simbólicos de diversas clases engendran otros procesos que no se dejan ordenar bajo clasificaciones de hegemónico o subalterno, de moderno y tradicional”.[14]

2.2. *Bourdieu*

Una propuesta importante para abordar el consumo de productos culturales, por ejemplo la música difundida a través de los medios masivos, es la desarrollada en el último tercio del siglo XX por el sociólogo francés Pierre Bourdieu. A diferencia

[14] Néstor García Canclini, *Culturas híbridas*, p. 255.

de Gramsci, cuya estancia de nueve años en la cárcel (de 1926 a 1935) le impidió realizar un trabajo de campo sistemático, Bourdieu efectuó una intensa actividad teórico-práctica en torno a dos temas fundamentales: la condición de clase y los determinantes que rigen el "gusto estético", los estilos de vida y el consumo de productos culturales. Para ello recurrió a grandes encuestas, estadísticas, análisis etnográficos y estudios sobre el comportamiento de grupos e individuos en diferentes escenarios, por ejemplo en las visitas a los museos, o las aficiones de personas y familias respecto de actividades como la fotografía o las preferencias musicales.

Mientras que a Gramsci le preocupó descubrir los mecanismos a través de los cuales una clase establece su dominación y su dirección moral e intelectual (su hegemonía), así como proponer los caminos para combatir esa hegemonía y construir la propia por parte de las clases subalternas, a Bourdieu le interesó develar la forma en que las ideas dominantes se reproducen dentro de la sociedad y cómo las clases disputan en diversos "campos" la posición predominante.

En la concepción de Bourdieu, las clases sociales no se definen solamente por su condición económica, por factores que puedan ser comunes a determinados grupos (por ejemplo, sexo, raza, edad), o por su ubicación dentro de las relaciones de producción, sino por la suma de todos esos factores, además de los de orden cultural y simbólico:

> La clase social no se define por una propiedad (aunque se trate de la más determinante como el volumen y la estructura del capital) ni por una suma de *propiedades* (propiedades de sexo, de edad, de origen social o étnico –proporción de blancos y negros, por ejemplo, de indígenas y emigrados, etc.— de ingresos, de nivel de instrucción, etc.) ni mucho menos por una cadena de propiedades ordenadas a partir de una propiedad fundamental (la posición en las relaciones de producción) en una relación de causa efecto, de condicionante a condicionado, sino por la estructura de las relaciones entre todas las propiedades pertinentes, que confiere su propio valor a cada una de ellas y a los efectos que ejerce sobre las prácticas.[15]

Las clases, según Bourdieu, luchan por imponer su dominación en distintos "campos" de la vida social (por ejemplo, el campo de lo político, el de lo económico, el de lo cultural), en cada uno de los cuales existe un "capital" cuya

[15] Pierre Bourdieu, *La distinción*, p. 255.

apropiación es objeto de disputa por las diferentes clases; ese capital puede ser "adquirido" en las instituciones escolares y académicas o "heredado" por la familia a través de la educación y la transmisión de valores en su interior. Cada una de las clases tiene, sin embargo, una relación asimétrica con las diferentes formas de capital (el económico, el político, el cultural, el simbólico); cada tipo de capital es un bien social escaso y por eso mismo muy apreciado, de manera que las clases tratan de apropiarse de la mayor cantidad posible de él; es decir, las clases lucharán por tener mayor acceso a los diferentes tipos de capital y ejercer su dominio al interior del *campo* correspondiente. Esta "apropiación" de las diferentes formas de capital otorga una calidad de "distinción" a la clase que consigue hacerlo. Así lo explica Bourdieu en una de sus obras fundamentales, llamada precisamente *La distinción*, al ejemplificar sobre el capital cultural y la obra de arte:

> Mi libro existe para llamar la atención sobre el hecho de que el acceso a la obra de arte requiere instrumentos que no están universalmente distribuidos. Y por lo tanto, los detentores de estos instrumentos se aseguran beneficios de distinción, beneficios que son más grandes en la medida en que sus instrumentos son más raros.[16]

Esto tiene un efecto en las formas de consumo. Por ejemplo, para apreciar una obra de arte se debe tener una determinada cantidad de capital cultural adquirido o heredado; asimismo, para entender determinados códigos se requiere una titulación académica cada vez de mayor nivel. Así, se establecen en cada *campo* prácticas controladas por quienes detentan la mayor parte del capital acumulado en ese *campo* y es precisamente a través del control de tales prácticas como se trata de preservar ese dominio.

Uno de los conceptos principales en el enfoque de Bourdieu es el de *habitus*, mediante el cual trata de explicar los comportamientos, las preferencias y los gustos estéticos, así como la percepción que tienen los individuos acerca de su situación en la sociedad. El *habitus* es una estructura social, construida por las prácticas históricas de las diversas clases sociales, que orienta la percepción y las prácticas de sus miembros más allá de su conciencia; es una estructura compleja, integrada por prácticas y pensamientos, que se transmite por generaciones al

---

[16] Citado por Mariana Maestri en *Consumo cultural y percepción estética*, mecanografiado s/f, p. 1.

interior de cada clase y hace coincidir la estructura objetiva en que se desarrolla la vida de los individuos de acuerdo a su condición de clase (ingresos, tipo de trabajo) con la estructura subjetiva o simbólica (valores éticos, preferencias y gustos estéticos, etcétera). En palabras de Bourdieu el *habitus* es una "estructura estructurada", es decir con un orden interno, que funciona como una "estructura estructurante" que organiza las prácticas y los pensamientos de los miembros de una clase, tanto los actuales como los heredados de otras generaciones:

> El *habitus* se define como un sistema de disposiciones durables y transferibles –estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes— que integran todas las experiencias pasadas y funciona en cada momento como matriz estructurante de las percepciones, las apreciaciones y las acciones de los agentes cara a una coyuntura o acontecimiento y que él contribuye a producir.[17]

El *habitus* es el ámbito donde surgen y desarrollan el gusto estético y los "estilos de vida". La capacidad de producir ciertas prácticas, así como la de diferenciarlas y distinguirlas como propias dentro de un grupo social, genera determinados estilos de vida y gustos entre las clases. El *habitus* en que cada una se desarrolla es percibido como natural por parte de sus miembros: "Los estilos de vida son así productos sistemáticos de los *habitus* que, percibidos en sus mutuas relaciones según los esquemas del *habitus*, devienen sistemas de signos socialmente calificados (como "distinguidos", "vulgares", etc).[18] El *habitus*, así, constituye la estructura social desde la cual los miembros de una clase se percibirán a sí mismos como miembros de una sociedad, pero también como integrantes de una clase, y en consecuencia desarrollarán prácticas específicas.

El concepto de *habitus* explicaría, por ejemplo, por qué la burguesía, las clases medias y las denominadas clases populares tienen gustos estéticos y estilos de vida diferentes entre sí –derivados de *habitus* distintos--, situación que se expresaría en formas, también diferentes, de realizar el consumo de productos materiales y simbólicos; explicaría por qué las diversas clases envían a sus hijos a escuelas distintas, van de vacaciones a lugares muy diferentes, consumen

---

[17] Pierre Bourdieu, citado por J.J. Sánchez de Carcajo en *La Cultura. Reproducción o cambio (El análisis sociológico de Pierre Bourdieu)* y reproducido por Maria del Carmen Ruiz de Elvira, traductora del libro *La distinción*, en Pierre Bourdieu, *op. cit*. p. 54.

[18] *Ibid*. p. 171.

alimentos igualmente distintos (además de que la ceremonia de "sentarse a la mesa" tiene también características peculiares en una y otra clase), y tienen gustos estéticos específicos en relación, por ejemplo, a expresiones artísticas, como la música o la pintura, o bien a aspectos de la vida cotidiana como el arreglo, la distribución o la decoración de la casa.

Un aspecto interesante en la teoría de Bourdieu es la forma en que analiza los vínculos que, en el ámbito de lo simbólico, se establecen entre las diferentes clases y dan lugar a relaciones de dominación en el terreno del gusto estético y los estilos de vida, planteamiento que, por cierto, recuerda el concepto de hegemonía de Gramsci. Según el planteamiento de Bourdieu, la estética y los estilos de vida de la burguesía influyen en los de las clases medias y las populares, al grado de que en estos sectores existe la tendencia a imitar aquellos, lo cual permite la reproducción social de las ideas dominantes.

Para Bourdieu existe un "arte legítimo" constituido por aquellas obras, musicales, plásticas, literarias, que efectivamente merecen tener esa jerarquía, pues son resultado de una capacidad técnica sobresaliente por parte del artista y, sobre todo, producto de su expresión libre, a diferencia de un tipo de producción "estética" o de "arte mercenario" en la que el creador suele no tener una capacidad técnica de primer orden y, además, "cambia el valor de su trabajo contra un salario".[19]

Bourdieu distingue tres tipos de "gusto" o estética –"legítima", "media" y "popular"-- los cuales se identifican en mayor o menor medida con otras tantas clases sociales:[20]

a) La estética o el gusto "legítimo". El "arte legítimo" no es patrimonio exclusivo de ningún grupo o clase social, sin embargo, acercarse a él exige acopiar un "capital cultural" y "académico" que suele ser apropiado por los sectores con mayores recursos económicos y mayor nivel académico. Luego de una extensa investigación de campo realizada en Francia, Bourdieu observa que quienes

[19] *Ibid*. p. 506.
[20] "En el universo de los gustos singulares que pueden ser reengendrados por particiones sucesivas, pueden distinguirse así, si nos remitimos a las oposiciones más importantes, tres universos de gustos que se corresponden en gran medida con los niveles escolares y con las clases sociales: el gusto legítimo..., el gusto medio..., el gusto popular". *Ibid*., p. 13.

reúnen esas dos condiciones –capital cultural y académico— son los que están en aptitud de tener mejor contacto con el "arte legítimo", los que poseen la capacidad de distinguir corrientes y estilos estéticos, por ejemplo en música y artes plásticas.

Entender un libro de filosofía, analizar la estructura de una sinfonía o distinguir a qué corriente pictórica pertenece un cuadro son actividades para las cuales se requiere la posesión de un capital cultural sólo asequible para quien tiene los recursos académicos –y económicos para pagarse la educación escolar correspondiente— necesarios para percibir el "arte legítimo", o sea la capacitación intelectual para descifrar los códigos que encierra una obra de arte. Se trataría, preferentemente, de una alta burguesía preocupada por una educación de élite encaminada a disfrutar lo que Bourdieu llama el gusto "legítimo" o el "arte legítimo". Por supuesto, puede existir un acercamiento al "arte legítimo" por parte de personas no pertenecientes a la burguesía, pero con estudios superiores, por ejemplo profesores universitarios o artistas en ejercicio.

> El gusto legítimo –dice Bourdieu--, es decir, el gusto por las obras legítimas, (por ejemplo) *El clavecín bien temperado*, *El concierto para la mano izquierda* o, en pintura, por Bruegel o Goya, y a las cuales los más infalibles estetas pueden asociar las más legítimas entre las obras de arte en vías de legitimación, el cine, el jazz o incluso la canción (como en este caso, Léo Ferré o Jacques Douai), aumenta con el nivel escolar, hasta lograr su frecuencia más alta en las fracciones de la clase dominante más ricas en capital escolar. [21]

b) La estética o el gusto "medio". Según la investigación de Bourdieu, existe también un "gusto medio", subsidiario del "gusto legítimo", que aspira a imitarlo, pero a través de productos culturales "degradados" que no alcanzarían la condición de obra artística. Aquellas personas que pertenecen a las clases medias son las que mayormente se acercan a los productos culturales de "estética" o "gusto medio".

La estética de las clases medias tiene como punto de referencia y de aspiración el gusto "legítimo", dominado por la burguesía, el gusto que otorga "distinción"; sin embargo, en tanto el capital cultural reunido por estos sectores no les permite acercarse a plenitud, con suficiente conocimiento de causa, al arte o a la cultura "legítimos", su consumo cultural se basa en productos que tratan de

---

[21] *Ibid*., p. 14-15.

imitar el "arte legítimo", pero en versiones "ligeras" o "accesibles" para personas sin el entrenamiento intelectual o académico necesario para percibir el "verdadero arte", productos que la industria cultural crea y dirige ex profeso hacia ese tipo de público.

Bourdieu afirma que la estética de las clases medias está constituida por las "obras mayores de las artes menores":

> El *gusto "medio"*, que reúne las obras menores de las artes mayores, como (...) la *Rapsodia en blue* (...), la *Rapsodia húngara*, o, en pintura, Utrillo, Buffet o incluso Renoir, y las obras más importantes de las artes menores, como en materia de canción, Jacques Brel y Gilbert Bécaud, es más frecuente en las clases medias que en las cases populares, o que en las fracciones intelectuales de la clase dominante".[22]

c) La estética o el gusto "popular". Al igual que el "gusto medio", la estética popular tiene como referente y aspiración al "gusto legítimo"; asimismo, como su nombre lo indica, el *habitus* del "gusto popular" es el de las clases populares.

> El gusto "popular", representado (...) por la elección de obras de la música llamada "ligera" o de música culta desvalorizada por la divulgación, como *El bello Danubio azul* (...), *La Traviata*, *La Arlesiana*, y sobre todo, por la elección de canciones totalmente desprovistas de ambición o pretensiones artísticas, como las de Mariano, Guétary o Petula Clark, encuentra su frecuencia máxima en las clases populares y varía en razón inversa al capital escolar...".[23]

Aunque tenga como referente y aspiración a la "estética legítima", con la cual se identifica a la burguesía, el gusto popular, según Bourdieu, parece acatar la "superioridad" de los productos culturales consumidos por aquella y opta por el consumo de satisfactores "sencillos y útiles", elección regida por una estética "pragmática y funcional". Sus preferencias, lo mismo las artísticas que las relativas a la elección de ropa, muebles o adornos para la casa se basan en lo que es práctico y de bajo costo.[24] No hay en el gusto popular, afirma Bourdieu, ninguna

[22] *Ibidem*.
[23] *Ibidem*
[24] "Aunque pueda parecer que se deducen directamente de las condiciones objetivas, puesto que aseguran una economía de dinero, de tiempo y de esfuerzos en cualquier caso poco rentables, las prácticas populares tienen como principio la *elección de lo necesario* ('esto no es para nosotros'), en el sentido, al mismo tiempo, de lo que es técnicamente necesario, 'práctico' (o, en otro lenguaje, funcional), es decir, necesario para ser 'como hay que ser, sin más', y de lo que viene impuesto por una necesidad económica y social que condena a la gente 'sencilla' y 'modesta' a unos 'gustos sencillos' y 'modestos'. El ajuste de las posibilidades objetivas, que está inscrito en las disposiciones constitutivas del *habitus*, se encuentra en la base de todas las elecciones realistas

pretensión de “sofisticación” y sí, en cambio, el acatamiento de una especie de regla a favor de la sencillez. Ese acatamiento se resumiría en esta frase de Bourdieu: “La gente simple y modesta debe tener gustos simples y modestos...”:[25]

Sin duda, la “clasificación” que hace Bourdieu sobre los tres diferentes “gustos” o “estéticas” aporta elementos que clarifican aspectos importantes acerca del “consumo de productos culturales” en una sociedad. En el caso que nos interesa particularmente en este trabajo, el consumo musical, específicamente el de lo que hemos llamado “música popular-comercial”, el planteamiento de Bourdieu es muy útil para entender las características del gusto musical en las clases medias y populares, proclives a consumir canciones “desprovistas de cualquier pretensión artística” (de las cuales están llenos el cuadrante radiofónico y la producción discográfica), así como versiones “ligeras” de grandes obras, o bien la inclinación a escuchar obras de música “clásica” o “culta” (“legítima”, en la terminología de Borurdieu) que se han “devaluado” y “vulgarizado”, hasta dejar de ser objeto de “distinción”, a fuerza de ser ejecutadas en la radio y los medios masivos. Bourdieu describe de la siguiente manera este proceso de “vulgarización”, “devaluación” y pérdida de “distinción” que, por cierto, recuerda el planteamiento de “pérdida del aura” hecho cuarenta años antes por Walter Benjamín y que expusimos páginas atrás:

> Entre las obras musicales, *El clavecín bien temperado* y *El concierto para la mano izquierda* (...) se contraponen a los valses de Strauss y a *La danza del sable*, músicas devaluadas, ya sea por su pertenencia a un género inferior (“la música ligera”), ya sea por el hecho de su divulgación (al remitir la dialéctica de la distinción y de la pretensión al ”arte medio” devaluando las obras de arte legitimas que se “vulgarizan”)... La más perfecta manifestación de este efecto, en el orden de la música legítima, es el destino del famoso Adagio de Albinoni (...) o de tantas obras de Vivaldi, que han pasado en menos de veinte años del prestigioso estatus de descubrimiento de musicólogo al estado de cantinela de las cadenas de radio populares y de los tocadiscos pequeño burgueses”.[26]

Efectivamente, una gran parte del consumo musical entre las clases medias y populares está integrado por el tipo de productos que describe Bourdieu; sin

---

que, fundadas en la *renuncia a unos beneficios simbólicos* de cualquier, manera inaccesibles, reducen las prácticas o los objetos a su función técnica –corte de pelo ‘aseado’, ‘vestido completamente sencillo’, muebles ‘fuertes’, etcétera’.” *Ibidem*.

[25] *Ibid*. p. 386.

[26] *Ibid*. p. 12.

embargo, analizar el fenómeno de la música popular-comercial simplemente atendiendo a la categorización formulada por el antropólogo francés conduciría, por un lado, a descalificar por “vulgar” y carente de pretensiones artísticas a cualquier producto musical que se ubique fuera del parámetro de lo que este autor llama “música legítima” y, por otro, a “condenar” el gusto musical de quienes consumen ese tipo de música. Si se pretendiera utilizar la clasificación de “gustos” o estéticas formulada por Bourdieu como un modelo para analizar la música que la radio mexicana ha difundido históricamente, habría que colocar a toda la “música popular-comercial” en un mismo saco: el de música “vulgar” o carente de pretensiones artísticas por ser ajena a la “estética o gusto legítimos”. Esto, necesariamente, introduciría en el análisis un sesgo que impediría apreciar cualquier elemento de calidad en los diferentes géneros que conforman esa música y en quienes la han interpretado. Asimismo, por obra de la descalificación, negaría a cualquiera de los géneros de música popular-comercial mérito alguno en la construcción de una cultura popular.

Por otra parte, utilizar rígidamente la clasificación de Bourdieu como modelo para analizar la música popular-comercial transmitida por la radio mexicana implicaría trasladar a la realidad de nuestro país un cuerpo de conceptos que si bien contiene algunos elementos identificables en prácticamente cualquier sociedad capitalista, incluye también otros que corresponden exclusivamente al tiempo y al lugar en los que Bourdieu realizó su investigación: la Francia de los años sesenta y setenta. En este caso estaría la identificación que hace Bourdieu de la burguesía como la clase social que, por su capacidad económica y nivel académico, estaría más cerca del arte o el gusto “legítimos”, los cuales, dado el papel de esa burguesía como clase dominante, impondría como referente y aspiración estética para las clases medias y las populares. Hay dos elementos cuestionables en esa identificación; la primera es que en realidades distintas a la europea --por ejemplo, en las sociedades de América Latina--, las burguesías locales no presentan un grado de solidez educativa, intelectual, de aprecio por el arte y de cohesión política tan avanzado como el que sugiere el planteamiento de Bourdieu. La segunda es que en la concepción teórica de Bourdieu, las clases

populares parecen jugar permanentemente, en el terreno del "gusto" y la "estética", un papel subordinado al "gusto legítimo", apropiado por la burguesía. A diferencia de la teoría de Gramsci, no se aprecia en la de Bourdieu ningún planteamiento en relación a la posibilidad de que existan culturas populares autónomas con respecto a la dominante, o bien fenómenos en los que confluyan o se fusionen elementos culturales provenientes de diversas clases.

Si bien el antropólogo francés es agudo y puntual cuando describe algunas de las características que tiene el consumo de productos musicales entre las clases populares –esa música que "carece de pretensión artística"--, no considera otras expresiones musicales, surgidas en ámbitos populares o de clases medias, que han significado aportes a la construcción de una cultura popular en países diferentes a Francia. Colocar en el saco de "música vulgar" o sin "pretensiones artísticas" a obras musicales derivadas de géneros como el bolero, los ritmos afroantillanos, el *swing*, el *blues* o el *rock* evidentemente reduce la posibilidad de intentar un análisis amplio con respecto al desarrollo de la música popular-comercial.

En relación al planteamiento de Bourdieu, quien ve en la burguesía a la clase que, por su acopio de capital cultural y académico, representaría el "gusto" o la estética "legítimos", el sociólogo español Luis Enrique Alonso ha escrito:

> Es difícil encontrar algún sentido sociológico en este esquema de Bourdieu cuando tratamos de burguesías no cultas o que deprecian la cultura (las típicas burguesías atrasadas, periféricas, tradicionales o las lumpenburguesías locales) o, incluso cuando nos enfrentamos con la degradación mediática, el populismo icónico y el anti-intelectualismo típico del entorno expresivo postmoderno, y aquí la critica adquiere un tono contextual importante al llamar la atención sobre el concepto un poco trasnochado y rígido de práctica cultural utilizado por Bourdieu, más cercano a las pequeñas burguesías de principios y mediados de siglo que al relativismo cultural actual.[27]

Acerca de la dificultad de "adaptar" el esquema de Bourdieu al ámbito latinoamericano, Néstor García Canclini narra la experiencia del sociólogo Sergio Miceli, quien intentó aplicar ese modelo a la realidad social y cultural brasileña:

---

[27] Luis Enrique Alonso , *El estructuralismo genético y los estilos de vida: consumo, distinción y capital simbólico en la obra de Pierre Bourdieu*, en www.unavarra.es/puresoc/pdfs/c_lecciones/LM-Alonso-consumo.PDF. En la expresión "principios y mediados de siglo", el autor se refiere al siglo XX.

> Un sociólogo brasileño, Sergio Miceli, que aplicó este modelo al estudio de la industria cultural en su país, observa que tal subordinación de las clases populares a la cultura dominante corresponde, hasta cierto punto, a los países capitalistas europeos, donde hay un mercado simbólico unificado. En Brasil, en cambio, y en general en América Latina, el modo de producción capitalista incluye diversos tipos de producción económica y simbólica. No existe "*una estructura de clase unificada y, mucho menos, una clase hegemónica (equivalente local de la burguesía) en condiciones de imponer al sistema entero su propia matriz de significaciones*". Encontramos más bien un "campo simbólico fragmentado" que, agregaríamos nosotros, implica aún mayor heterogeneidad cultural en las sociedades multiétnicas, como la misma brasileña, las mesoamericanas y andinas. Aunque la "modernización" económica, escolar y comunicacional ha logrado una cierta homogeneización, coexisten capitales culturales diversos: los precolombinos, el colonial español, en algunos casos la presencia negra y las modalidades contemporáneas de desarrollo capitalista".[28]

3. HIbridaciones

La reflexión de García Canclini sobre la heterogeneidad de las sociedades latinoamericanas es muy importante. Multiétnicas, multiculturales, además de pluriclasistas, estas sociedades generan expresiones culturales de gran complejidad. En México, por ejemplo, en el caso que nos ocupa –el de la música popular-comercial--, podemos encontrar expresiones musicales en las que claramente se aprecia la intención de transmitir los "valores dominantes" hacia determinados sectores de la sociedad; piénsese, por ejemplo, en el *rock and roll* en español de los años sesenta del siglo pasado en donde los cantantes, hombres y mujeres, todos ellos muy jóvenes, interpretaban números musicales hechos por compositores "adultos" en cuyo contenido se percibía la "moral sexual" imperante en aquellos años, la cual prohibía a los jóvenes tener "relaciones íntimas premaritales".[29] Pero podemos encontrar también, en diferentes épocas, música "transgresora" respecto a la "moral sexual" imperante, como la obra de Agustín Lara de finales de los años veinte al segundo lustro de los treinta, también durante el siglo pasado, acusada de "prostibularia" e "inmoral".

Por otra parte, se pueden hallar elementos culturales muy diversos en la música popular-comercial que se ha escuchado históricamente en México en

---

[28] Néstor García Canclini, *La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu*, en www.comminit.com/la/images/garciacanclini.pdf. El texto entre comillas y en cursivas corresponde al libro de Sergio Miceli, *A noite da madrina*, Sao Paulo, Editora Perspectiva, Sao Paolo, 1972, p. 43, citado por García Canclini.

[29] Al respecto véase el capítulo III de este trabajo.

cuanto a su origen geográfico y étnico; elementos provenientes de las diferentes regiones mexicanas o de culturas como la europea (básicamente la española), la anglosajona (especialmente de Estados Unidos, pero también la inglesa), la árabe, la china, la judía, la afrocaribeña y las de distintas naciones de América Latina. Asimismo, encontramos en la música difundida por la radio muy diversos niveles de calidad técnica en la ejecución instrumental, la interpretación vocal o la construcción de las letras.

Estaríamos, así, ante un fenómeno cultural difícil de "clasificar" o de analizar exclusivamente a través del cuerpo conceptual aportado por una teoría específica (la "crítica", la gramsciana, la bourderiana, etcétera). Como se afirmó antes, en la música popular-comercial producida y escuchada históricamente en México han existido y existen elementos de la ideología dominante, pero no podría afirmarse que *toda* la música difundida en la radio o vendida a través de la industria discográfica haya expresado o exprese esos valores. Asimismo, han existido géneros o expresiones musicales, difundidos por los medios masivos, que contienen elementos transgresores,[30] sin que por ello pueda decirse tampoco (hacerlo sería un despropósito) que toda la música difundida por la radio o la industria discográfica tenga esa característica o esté inserta en un movimiento cultural que "busque la construcción de una nueva hegemonía".

Estamos hablando, por lo tanto, de un fenómeno "híbrido" en el que confluyen elementos diversos cuya coexistencia da forma a un producto cultural de características peculiares. En este sentido, es muy pertinente el concepto de hibridación desarrollado por García Canclini:

> Entiendo por hibridación procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas.[31]

---

[30] Por ejemplo, uno de los dirigentes del Movimiento Estudiantil de 1968, Raúl Jardón Arzate, ha explicado cómo el rock en inglés difundido en la radio de México D.F. durante esa época en las emisoras Radio Capital (1260 AM) y Radio 590 "La Pantera" (590 AM) fue la música que acompañó a los militantes en sus reuniones, fiestas y movilizaciones, pues rodeaba al joven que la escuchaba de un aura rebelde, contestataria, que contrastaba con la imagen "limpia" y "ordenada" del joven que tenía como música predilecta a las baladas o al rock en español. Véase al respecto el capítulo II de este trabajo.

[31] Néstor García Canclini, *Culturas híbridas*, p. III.

De acuerdo con lo anterior, entenderíamos a la música popular-comercial difundida a través de la radio y la industria discográfica como un fenómeno de hibridación en el que confluyen géneros musicales con orígenes geográficos, étnicos y de clase social muy diversos. A su vez, cada uno de esos géneros musicales es resultado de una hibridación previa, ninguno es "puro". Pensemos, por ejemplo, en el bolero, originado en Cuba y mezclado en México con otros géneros como el bambuco hasta llegar a su "forma" urbana, característica del Distrito Federal; en el *rock and roll*, fusión pluriétnica de formas musicales como el *hill billy* y el *rythm and blues*; en los ritmos afroantillanos, fusión donde se mezclan elementos musicales africanos, árabes, españoles y chinos; o en la *música grupera*, fusión de cumbia, rock y música "norteña" mexicana.

Por supuesto, las hibridaciones son complejas, nunca resultado de una fusión sin contradicciones. La música popular-comercial, difundida a través de la radio, es un producto híbrido de consumo masivo con el que se trata de llegar al mayor número posible de personas, lo mismo de las clases populares y medias (sectores donde se concentra la mayoría de la población), que de los estratos superiores en cuanto a ingresos y nivel de escolaridad. Es "popular" entendido el término como un fenómeno de consumo masivo estimulado por los medios, no en su acepción "política" o en su connotación relativa a la cultura o la ideología de una clase social:

> La noción de popular construida por los medios, y en buena parte aceptada por los estudios en este campo, sigue la lógica del mercado. "Popular" es lo que se vende masivamente, lo que gusta a las multitudes. En rigor, al mercado y a los medios no les importa lo popular sino la popularidad. No les preocupa guardar lo popular como cultura o tradición; más que la formación de la memoria histórica, a la industria cultural le interesa construir y renovar el contacto *simultáneo* entre emisores y receptores. También le incomoda la palabra "pueblo", evocadora de violencias e insurrecciones. El desplazamiento del sustantivo *pueblo* al adjetivo *popular*, y más aún el sustantivo abstracto de *popularidad*, es una operación neutralizante, útil para controlar la "susceptibilidad política" del pueblo. Mientras éste puede ser el lugar del tumulto y el peligro, la popularidad –adhesión a un orden, coincidencia con un sistema de valores— es medida y regulada por los sondeos de opinión... Para el mercado y para los medios lo popular no importa como tradición que perdura. Al contrario, una ley de la obsolescencia incesante nos acostumbró a que lo popular, precisamente por ser el lugar del éxito, sea

> también el de la fugacidad y el olvido. Si lo que se vende este año sigue siendo valioso el próximo, dejarían de comprarse los nuevos discos y *jeans*".[32]

Entendido de esta forma lo "popular masivo", puede verse más claramente por qué la música popular-comercial, en tanto producto híbrido, está "multideterminada", es decir contiene elementos culturales e ideológicos de diverso origen, provenientes lo mismo de los sectores populares que de los hegemónicos, elementos rurales o urbanos, locales o regionales, nacionales o transnacionales. Cualquier viaje por el dial radiofónico puede mostrar claramente esa diversidad. Pero esta "multideterminación" está presente no sólo en los productos culturales masivos, sino en varias manifestaciones de las culturas populares, incluidas, por ejemplo, la fabricación, distribución y venta de artesanías. Así lo explica García Canclini:

> La evolución de las fiestas tradicionales, de la producción y venta de artesanías, revela que éstas no son ya tareas exclusivas de los grupos étnicos, ni siquiera de sectores campesinos más amplios, ni aun de la oligarquía agraria; intervienen también en su organización los ministerios de cultura y de comercio, las fundaciones privadas, las empresas de bebidas, las radios y la televisión. Los hechos culturales *folk* o tradicionales son hoy el producto multideterminado de actores populares y hegemónicos, campesinos y urbanos, locales, nacionales y transnacionles.
>
> Por extensión, es posible pensar que lo popular se constituye en procesos híbridos y complejos, usando como signos de identificación elementos de diversas clases y naciones. Al mismo tiempo podemos volvernos más perceptivos ante los ingredientes de las llamadas culturas populares que son reproducción de lo hegemónico, o que se vuelven autodestructivos para los sectores populares, o contrarios a sus intereses: la corrupción, las actitudes resignadas o ambivalentes en relación con los grupos hegemónicos.[33]

En la generación y reproducción de procesos de hibridación cultural, las grandes ciudades, como México D. F., y las fronteras son espacios privilegiados. La fronteras son "porosas", permeables, permiten el paso de migrantes, mientras que las megalópolis son espacios de concentración y encuentro de culturas diversas. Los exilios y las migraciones generan las condiciones propicias para las mezclas entre culturas:

> Destaco –dice García Canclini-- las *fronteras* entre países y las grandes *ciudades* como contextos que condicionan los formatos, los estilos y las contradicciones específicas de la hibridación. Las fronteras rígidas establecidas por los Estados

[32] *Ibid*. pp. 241-242.
[33] Ibid. p. 205.

> modernos se volvieron porosas. Pocas culturas pueden ser ahora descritas como unidades estables, con límites precisos basados en la ocupación de un territorio acotado. Pero esta multiplicación de oportunidades para hibridarse no implica indeterminación ni libertad irrestricta. La hibridación ocurre en condiciones históricas y sociales específicas, en medio de sistemas de producción y consumo que a veces operan como coacciones, según se aprecia en la vida de muchos migrantes. Otra de las entidades sociales que auspician, pero también condicionan la hibridación son las ciudades. Las megalópolis multilingües y multiculturales, por ejemplo Londres, Berlín, Nueva York, Los Ángeles, Buenos Aires, Sao Paulo, México y Hong Kong, son estudiadas como centros donde la hibridación fomenta mayores conflictos y mayor creatividad cultural.[34]

En las últimas décadas, las ciudades han adquirido una posición central en los estudios relativos a las culturas populares. La inmigración del campo a las ciudades (entre el 70 y el 60 por ciento de los habitantes en los países de América Latina ya se concentra en las ciudades) ha dado lugar a nuevos fenómenos culturales; incluso puede afirmarse que "las culturas campesinas y tradicionales ya no representan la parte mayoritaria de la cultura popular".[35] Si anteriormente la atención por parte de los estudiosos de esas culturas se dirigía principalmente a las zonas rurales (tanto a las habitadas por campesinos mestizos como a las de población indígena), hoy la centralidad adquirida por ámbito urbano en este campo de estudio ha multiplicado los temas a estudiar en lo relativo a las culturas populares. En el caso de la música, por ejemplo, "los actuales folcloristas sienten la necesidad de ocuparse a la vez de la producción local y regional tanto de la salsa, los ritmos afro, las melodías aborígenes y criollas que dialogan con el jazz, el rock y otros géneros de origen anglosajón. Las tradiciones se reinstalan aun más allá de las ciudades: en un sistema interurbano e internacional de circulación cultural".[36]

Llegado este punto, es posible sintetizar de la siguiente forma la manera en que, dentro de esta investigación, se entiende a la música-popular comercial:

1) Como se afirmó al inicio de este capítulo, la música-popular comercial es un producto de la industria cultural y está constituida por un amplio conjunto de piezas musicales que, independientemente del género al que pertenezcan y de su calidad intrínseca, son objeto de un proceso de compra-venta, tanto en casas

---

[34] *Ibid*. p. XII.
[35] *Ibid*. p.203.
[36] *Ibidem*.

editoras como en el mercado discográfico, y de un proceso de promoción mediática para su venta, con una participación destacada de la radio.

2) En relación a su contenido, o sea a los valores éticos y morales que expresa, o a las posturas políticas o ideológicas que manifiesta, la música comercial-popular en un híbrido en el que pueden hallarse, en compleja combinación, elementos que tienden a fortalecer la hegemonía y la reproducción de valores de las clases dominantes, pero también, eventualmente, elementos más o menos transgresores, o bien que expresan valores o posturas diferentes a los de esas clases. La fuerza, la frecuencia o la cuantía en que unos y otros elementos y valores se manifiestan dentro de la música-popular comercial depende de factores políticos, sociales y económicos que aparecen o desaparecen de manera coyuntural o en periodos relativamente largos. No expresan lo mismo, evidentemente, la música popular-comercial que se oía en los años treinta o cuarenta del siglo XX y la que se escucha en el primer lustro del siglo XXI, o la que se difundía en los años sesenta del siglo pasado. Ciertamente, los valores hegemónicos (Gramsci) o reproductivistas (Bourdieu) son absolutamente mayoritarios en esta música, mientras que los "transgresores" o "alternativos" son siempre minoritarios e incluso inexistentes en determinadas épocas o coyunturas. En todo caso, lo que no es posible encontrar en la música popular-.comercial es "pureza ideológica".

3) Como fenómeno musical en el que confluye una multiplicidad de géneros, reúne calidades técnicas y literarias sumamente dispares, tanto en el plano de la composición como de la ejecución y la interpretación. Pueden encontrarse en ella elementos de gran calidad técnica, inclusive de virtuosismo, y, en contraste, ejemplos deleznables en todos estos rubros. Sin embargo, no debe pederse de vista que, a pesar de su enorme disparidad en cuanto a calidad, el enorme caudal de melodías y canciones que conforman la música popular-comercial forma parte destacada de la cultura popular en México y América Latina.

4) Finalmente, la música popular-comercial es un híbrido conformado por géneros, contenidos, estilos, gustos, estéticas, sensibilidades, valores éticos e ideas políticas extraordinariamente diversos, donde se combinan lo regional, lo

nacional, lo internacional y lo "global". En este rubro, igualmente, es imposible encontrar "pureza".

Hasta aquí nos hemos referido a la música popular-comercial como fenómeno relacionado con la industria cultural y con los "gustos" o las "estéticas" de las clases sociales cuyos integrantes constituyen el público masivo que consume los productos generados por la industria discográfica y difundidos por la radio.

Pero más allá del fenómeno industrial, aunque siempre ligado a él, y a las preferencias por determinados géneros musicales, está el tema de los intérpretes, de los cantantes o grupos que originalmente ejercían la función de intermediarios entre la obra musical y el público (para ser conocida una pieza musical tiene que ser ejecutada por alguien), pero que al paso del tiempo devinieron en elemento incluso más importante, en el aspecto comercial, que la música misma. A la relación que se establece entre los intérpretes musicales y el público masivo, a través de un *star system*, dedicaremos la segunda parte de este capítulo.

4. Estereotipos y arquetipos

En el ámbito de lo popular-comercial hay un elemento tan importante como la música y en ocasiones más que ésta por razones económicas: el intérprete. En la formación de aficiones y gustos musicales, los intérpretes –principalmente los cantantes, hombres y mujeres— han ocupado de manera acentuada, a partir de la década de los cuarenta del siglo XX, un papel protagónico, al grado de que para un sector importante de radioescuchas o consumidores de discos, el vinculo con la música ha sufrido un proceso de inversión: el intérprete dejó de ser un mediador entre la obra musical y el público, el vehículo que permitía a la música llegar al oyente, para colocarse por encima de ésta, subordinándola. Para ese sector, probablemente mayoritario en el total de consumidores de material musical, el o la cantante son más importantes que la música. Se busca al intérprete, no a la canción; el placer o la satisfacción provienen de ver y oír al cantante, más que de escuchar la música. "Is the singer, not the song", diría una vieja canción de *Los Rolling Stones*.

Como ya mencionaba Walter Benjamin en los años treinta, la industria cultural no sólo ofrece al mercado masivo música, literatura, material gráfico o audiovisual,

sino la imagen pública de los creadores o intérpretes de esas obras. Benjamín analizó este fenómeno par el caso del cine. Según este autor, el desplazamiento del “aura” que se produce en la época de la reproductibilidad técnica de la obra de arte, da origen a un fenómeno “también mágico, pero a la vez mercantil” al que llamó el “culto a las *estrellas”:*

> A la atrofia del aura el cine responde con una construcción artificial de la *personality* fuera de los estudios: el culto a las ‘estrellas’ fomentado por el capital cinematográfico, conserva aquella magia de la personalidad, pero reducida, desde ya hace tiempo, a la magia averiada de su carácter de mercancía.[37]

El “culto a las estrellas”, como lo llama Benjamin, es un tema muy cercano a lo que habitualmente conocemos como *star system*, término que se aplica a la industria del espectáculo, y a la “idolatría mediática”, fenómenos que, sin duda, pueden contarse entre los más fascinantes surgidos durante el siglo XX y derivados del desarrollo de los medios masivos y la industria cultural. Aunque de origen sajón, el término *star system* (sistema de estrellas) se utiliza ya de forma corriente en español para designar al conjunto de relaciones que se establece entre los miembros de la elite del espectáculo (cantantes, músicos, actores) y los grandes medios de comunicación, vínculo que incluye el uso de éstos para la promoción de la imagen y la obra de esas *estrellas*. Por su parte, la “idolatría mediática” se refiere al culto a la personalidad de músicos, cantantes u otro tipo de *estrellas* del espectáculo fomentada a través de los medios masivos. La idolatría hacia las estrellas mediáticas constituye un elemento fundamental para el consumo de productos culturales --musicales, audiovisuales o editoriales-- y en la conformación de gustos y aficiones por parte del público.

Pero ¿cuáles son los mecanismos sicológicos que generan este culto o idolatría?. Sin duda, una de las explicaciones más interesantes se encuentra en la reflexión que Sigmund Freud hace en su célebre *Psicología de las masas y el análisis del yo*, escrito en 1921, acerca de las ligas que unen a individuos que forman parte de una masa y siguen a un líder común. Freud analiza el comportamiento de esos individuos dentro de una “masa” y las razones que los

---

[37] Walter Benjamin, *op. cit.*, p. 39.

hacen mantenerse unidos como grupo; para ello, recurre a dos conceptos básicos: la *líbido* y la *identificación*. Expone cómo los miembros de una masa permanecen unidos por lazos de amor inhibidos en su fin, lazos de amor desexualizados o sublimados, y cómo los miembros de esa masa eligen al mismo líder como ideal del yo, se identifican con él y, a través de esa identificación, se identifican entre sí. Freud considera que este mismo proceso ocurre en los lazos afectivos entre los miembros de una masa, y de ellos respecto al caudillo.

Parece claro que el fenómeno de la identificación, es decir el establecimiento de lazos libidinales afectivos, no sexuales, ocurre en el proceso de construcción de ídolos mediáticos. El ídolo mediático es, sin duda, un líder y sus seguidores o *fans* una masa, más o menos grande según sea el éxito mediático del líder, cuyos miembros establecen con aquel y entre sí lazos afectivos. Freud lo percibió desde 1921, cuando el fenómeno de la idolatría mediática o ligada a los espectáculos no tenía aún las dimensiones alcanzadas a partir de la segunda mitad del siglo XX:

> Considérese una cuadrilla de señoras y señoritas que en su entusiasmo amoroso asedian al cantante o al pianista después de su función. Lo más natural sería que se tuvieran celos recíprocos, pero en vista de su número y de la imposibilidad, que éste determina, de alcanzar la meta de su enamoramiento, renuncian a ello y en vez de andar a la greña actúan como una masa unitaria, rinden homenaje al festejado en acciones comunes y acaso les embelesaría compartir un rizo de su cabellera. Rivales al comienzo, han podido identificarse entre sí por su parejo amor al mismo objeto.[38]

Este sería el tipo de vínculo que se forma en los clubes de *fans*, principales santuarios donde se practica la idolatría hacia las *estrellas* mediáticas. En la historia de la "música popular-comercial" mexicana, como habremos de ver a lo largo de esta investigación, el "culto a las estrellas" derivado en idolatría promovida por los medios de comunicación ha sido uno de los fundamentos de la industria radiofónica y televisiva.

4.1. ***Mitos y Arquetipos***

¿Por qué el intérprete musical adquiere más importancia que la música? ¿A qué se debe esa transmutación? ¿Qué es lo que permite a un o una cantante convertirse en "ídolo" al grado de, por ejemplo, tener clubes de *fans*?

---

[38] Freud, Sigmund. Psicología de las masas y el análisis del yo, en Obras Completas.

Habitualmente se ha buscado la respuesta en factores vinculados con la “fuerza persuasiva” de los medios de comunicación. Por ejemplo, se habla de que, vía la *payola*[39], las canciones de ciertos intérpretes son repetidas decenas de veces durante el día en la radio hasta “saturar” con ese mensaje a la audiencia que, al escuchar una y otra vez la misma música y el mismo intérprete, terminaría por buscar y comprar la grabación correspondiente. Esta saturación acústica se complementaría con otra de tipo audiovisual a través del circuito formado por los medios impresos, la TV y eventualmente el cine, además de la incorporación reciente de internet, para promover la imagen visual del o la cantante a través de reportajes con abundancia de fotografías, entrevistas y notas sobre sus actividades, gustos personales y aspectos biográficos, caudal informativo con el que se buscaría lograr que el consumidor refuerce su identificación con los “ídolos” y éstos devengan parte de su vida cotidiana. Esta imagen visual respondería a “estereotipos”, término metafórico tomado de las artes gráficas con el que se intenta explicar una función atribuida a los medios: estimular en los receptores la imitación de ciertos modelos de conducta o apariencia corporal.[40] Se afirma que los medios crean “estereotipos”,[41] modelos a seguir que se transforman según la moda o las épocas, por ejemplo, la idea de que la “mujer bella” en el comienzo del siglo XXI ha de ser sumamente delgada, aunque “bien proporcionada”, de tal manera que pueda exhibir prendas como el pantalón a la cadera y la blusa arriba del ombligo.[42]

---

[39] Se entiende por “payola”, término derivado de la palabra inglesa *pay* (pagar) a la práctica generalmente clandestina que llevan a cabo algunas empresas disqueras para “promover” una grabación en la radio mediante la entrega de dinero u obsequios a programadores, gerentes o “directores artísticos” de las estaciones con el fin de que difundan varias veces al día una pieza musical. El tema será tratado en el capítulo III de este trabajo.

[40] “Estereotipo es el conjunto de creencias populares sobre los atributos que caracterizan a un grupo social y sobre los que hay un acuerdo básico”, Maria Eugenia Domínguez Orozco y Trinidad Núñez Domínguez, “El valor de la palabra. La mujer dicha”, en *El Telar de Ulises*, no. 1, marzo de 2001, ed. Universidad de Sevilla. “Los estereotipos actúan en la construcción de la identidad social. Los *mass media*, como emisores de rol, pueden contribuir a consolidarlos”. *Ibidem*.

[41] Originalmente la palabra estereotipo proviene de la estereotipia, técnica empleada en las artes gráficas para imprimir copias utilizando planchas metálicas de una sola pieza (también llamadas “clichés”) en lugar de tipos sueltos. Por extensión se emplea para significar la idea de un modelo a seguir, un “cliché”. Así, ha adquirido la siguiente acepción: “Concepción simplificada y comúnmente aceptada que se tiene acerca de alguien o algo”. *Diccionario Larousse Esencial*.

[42] Al respecto puede verse el artículo de Elsie MC Phail, en *Etcétera* no. 16, segunda época, febrero de 2002, pp. 33-35, donde se exponen las consecuencias que en la salud de mujeres

Sin duda la *payola* y la creación de "estereotipos" forman parte de las estrategias de mercadotecnia empleadas por los medios de comunicación para promover a los intérpretes musicales cuyos productos les interesa tengan éxito de ventas. No obstante, la causa que hace a los consumidores de música popular--comercial experimentar atracción hacia determinados intérpretes podría tener raíces más profundas, ajenas en su origen a la mercadotecnia, aunque aprovechadas y usufructuadas por ésta. Esas raíces estarían en la permanencia milenaria de mitos y arquetipos surgidos en el complejo entramado de influencias que han participado en la conformación de la cultura mexicana, desde las tradiciones de origen grecolatino y judeo-cristiano, altamente influyentes en el mundo occidental, hasta, por supuesto, las prehispánicas.

Una idea que proponemos en estas páginas es que se pueden distinguir en la conducta, la apariencia física y la obra de los intérpretes musicales que han conformado el *star system* mexicano, independientemente de la calidad artística o trascendencia que hayan tenido, mitos y arquetipos de origen milenario pero cuya vigencia persiste en el inconsciente colectivo e influye en los creadores musicales, en los intérpretes, en los "creadores de imagen" y, por supuesto, en los radioescuchas y consumidores de productos musicales.

Entre ellos podemos distinguir el arquetipo narcisista, cuya presencia es claramente identificable en los cantantes *pop* de la actualidad, pero también en los *crooners*[43] de los años cuarenta y en general en todos aquellos que han tenido la categoría de "estrellas juveniles" o han destacado, en los últimos cincuenta años, por su aspecto físico "agraciado"; el de Venus/Afrodita, que aparece como

---

jóvenes de Gran Bretaña ha tenido la "presión mediática" para que éstas se apeguen al "estereotipo" de moda. Datos publicados en diciembre de 2000 en Gran Bretaña revelaron que el 19% de las adolescentes entre 11 y 17 años afirmaron llevar una dieta rigurosa para bajar o no subir de peso; 88% de las mujeres jóvenes reconocieron que "hay mucha presión" por parte de los medios para "verse perfectas" y 42% sostuvieron que su vida mejoraría si fueran más delgadas y atractivas.

[43] Se llamó *crooner* en los años treinta y cuarenta del siglo XX al cantante de *big band* capaz de interpretar piezas de diversos géneros --*swing*, *jazz*, *fox trot*-- con una voz suave, agradable, susurrante. En México la figura del *crooner* quedó personificada en Fernando Fernández cuya aparición en la radio mexicana a finales de los treinta dibujó una frontera entre la época dominada por los cantantes provenientes del *bel canto* –como José Mojica o Alfonso Ortiz Tirado--, dispuestos siempre a dar el "do de pecho", y una nueva generación de cancioneros con estilo sencillo y cotidiano.

inspiración para moldear la apariencia física de cantantes femeninas; el de la Sirena, ligado a las *vampiresas* o *devora hombres* que han poblado durante décadas los escenarios mexicanos; el del ”héroe” (hercúleo u “odiseico”) que acompaña las aventuras de cantantes-actores cuyo periplo heroico y erótico recorre de manera simultánea o sucesiva la pantalla cinematográfica y el ámbito musical (es el héroe cinematográfico que también canta, o el cantante exitoso que hace cine de aventuras): y el dionisiaco, que está detrás de la obra de compositores y cantantes “bohemios”, de “vida disipada”.

Antes de exponer la manera en que a nuestro juicio la presencia de los mitos y arquetipos mencionados se manifiesta en el *star system* musical mexicano, es conveniente hacer una breve reflexión acerca de esos dos conceptos.

4.2. *Mitos y realidad*

En su obra *Mito y Realidad*[44], Mircea Eliade expone una postura que permite entender la importancia antropológica del mito más allá de prejuicios religiosos o antirreligiosos, o de pruritos cientificistas:

> El mito cuenta una historia sagrada; relata un acontecimiento que ha tenido lugar en el tiempo primordial, el tiempo fabuloso de los “comienzos”. Dicho de otro modo: el mito cuenta cómo gracias a las hazañas de los seres sobrenaturales una realidad ha venido a la existencia, sea ésta una realidad total, el cosmos, o solamente un fragmento: una isla, una especie vegetal, un comportamiento humano, una institución.[45]

Según el planteamiento de Eliade, son dos las características básicas del mito: a) el mito cuenta una historia sagrada que, precisamente por ese carácter, es tenida como verdadera; b) el mito se convierte en modelo ejemplar para todas las actividades humanas, debido a que relata gestas de los seres sobrenaturales cuyo comportamiento debe ser imitado por los hombres. Precisamente, revelar los modelos ejemplares de la conducta es la función principal del mito.

Lo importante del mito no es si la historia que relata es “cierta” o “falsa” desde un punto de vista pragmático (en ese sentido la acepción “vulgar” que se da a este término como sinónimo de “mentira” o “hecho falso” carece de utilidad), sino el efecto que tiene en el comportamiento de las personas en tanto marca modelos de

[44] Mircea Eliade, *Mito y Realidad*, ed. Kairós, Barcelona, 1999.
[45] *Op.cit*, pp. 13-14.

conducta. Por ejemplo, es más importante analizar los comportamientos colectivos que en México genera el mito de la Virgen de Guadalupe que discutir si su aparición a Juan Diego en el Tepeyac fue cierta o falsa.

Después de la primera guerra mundial, con autores como Freud y Jung desde el psicoanálisis y la sicología profunda, pero especialmente al término de la segunda guerra, se generó en Europa una corriente que involucró a varias disciplinas (sicología, sociología, antropología, historia de las religiones y lingüística) que se planteó como objetivo, la "rehabilitación" del concepto de mito. Autores como Ernst Cassirer con *Antropología Filosófica* (1944), Mircea Eliade con obras como *Mito y Realidad* (1962) e *Imágenes y símbolos* (1952), Hans Georg Gadamer, con los ensayos contenidos en *Mito y razón*, que van de 1954 a 1992, o Joseph Campbell, con dos obras fundamentales, *El héroe de las mil máscaras* (1959) y *Las máscaras de dios* (1964), confrontaron al mito, como realidad antropológica, frente al pensamiento racionalista que, según afirma Gadamer, "había colocado al mito en el cajón de la falsedad, lo había convertido simplemente en sinónimo de *mentira"*.[46]

Al postular al mito automáticamente como "falsedad", el racionalismo consideró como evolución lógica e inevitable del pensamiento humano el paso del mito al *logos*, del mito a la razón. Por lo tanto, había que "combatir" al mito. Para Gadamer, sin embargo, este esquema es demasiado simple; el mito persiste a través del tiempo, no es "destruido" o "desencantado" por la razón. Por eso es indispensable situar al mito en la época de la ciencia, porque sin él, sin su comprensión, es imposible entender la complejidad del mundo contemporáneo.

El mito, según esta corriente, prevalece en el tiempo, resurge una y otra vez en la historia dotado de características culturales y sociales diferentes, pero conservando sus rasgos esenciales. Al analizar esta persistencia del mito a través del tiempo, Ernst Cassirer escribió: "Los antropólogos y los etnólogos se han sorprendido muchas veces al encontrar los mismos pensamientos elementales

---

[46] Hans-Georg Gadamer, Mito y razón, ed. Piados, col. Studio/126, Barcelona, 1997.

repartidos sobre toda la superficie de la tierra y en las condiciones sociales y culturales más diversas”.[47]

Los mitos tienen carácter universal y milenario, representan problemas, sentimientos, actitudes, placeres, inherentes a la condición humana. Por eso, no sorprende que un arquetipo, derivado de un mito milenario traspase las fronteras del tiempo y de la geografía y reaparezca en tiempos y lugares muy distintos. Un ejemplo muy claro es el mito del héroe, que reaparece en todo tiempo y lugar con características similares. Esta persistencia del mito ha hecho afirmar a Joseph Campbell que, en el caso del héroe, “encontramos siempre la misma historia de forma variable y sin embargo maravillosamente constante...”[48]

Los relatos míticos que se han generado a lo largo de la historia humana son tantos y tan variados que prácticamente no existe obra artística, tanto literaria como plástica o musical, que no haya sido influida por uno o varios mitos. Por supuesto, la influencia mítica ha alcanzado a los modernos medios de difusión surgidos y desarrollados en el siglo XX en cuyos contenidos se percibe cotidianamente la presencia de mitos milenarios. Al respecto es pertinente citar una reflexión de Mircea Eliade hecha en 1962:

> Recientes investigaciones han puesto en claro las estructuras míticas de las imágenes y de los comportamientos impuestos a las colectividades por la vía de los *mass media* (...) Los personajes de los *comics strips* (historietas ilustradas) presentan la versión moderna de los héroes mitológicos o folclóricos. Encarnan a tal punto el ideal de una gran parte de la sociedad, que los eventuales retoques impuestos a su conducta o, aún peor, a su muerte provocan verdaderas crisis entre los lectores; éstos reaccionan violentamente y protestan, enviando millares de telegramas a los autores de los *comic strips* y a los diferentes periódicos. Un personaje fantástico, *Superman*, se ha hecho extraordinariamente popular gracias, sobre todo, a su doble identidad: descendido de un planeta desaparecido a consecuencia de una catástrofe, y dotado de poderes prodigiosos, *Superman* vive en la Tierra con la apariencia modesta de un periodista, Clark Kent; se muestra tímido, eclipsado, dominado por su colega Lois Lane. Este disfraz humillante de un héroe cuyos poderes son literalmente ilimitados repite un tema mítico bien conocido. Si se va al fondo de las cosas, el mito de *Superman* satisface las nostalgias secretas del hombre moderno que, sabiéndose frustrado y limitado, sueña con revelarse un día como un “personaje excepcional”, como un héroe.[49]

[47] Ernst Cassirer, *op. cit*., p. 114.
[48] Joseph Campbell, *El héroe de las mil máscaras*, p. 11.
[49] *Op. cit*., p. 176-177.

El ejemplo de *Superman*, percibido por Eliade hace más de 40 años, es sólo un ejemplo de la presencia mítica en los modernos medios de comunicación; presencia que se ha incrementado notablemente al paso de las décadas recientes con nuevas construcciones imaginarias, historias y personajes que son percibidos por los receptores en una relación que se torna cada vez más compleja conforme se van desarrollando las nuevas tecnologías de producción--transmisión—recepción, por ejemplo los sistemas digitales.

4.3. *Inconsciente colectivo*

En tanto señalan modelos ejemplares, los mitos implican la existencia de figuras simbólicas, de arquetipos, que conforman la parte central, el núcleo, del relato mítico. Los arquetipos son símbolos, ideas, representaciones imaginarias de personas, cosas o conductas, que tienen un carácter universal y que independientemente de la cultura o el tiempo, están arraigados en la sicología colectiva. La mitología, las leyendas, la literatura, la plástica de todos los tiempos están llenas de arquetipos, pero también lo están las películas, las canciones, las revistas, toda la producción cultural. Los arquetipos, independientemente de la cultura y el contexto histórico, muestran que los seres humanos, en todos los tiempos, somos propensos a tener debilidades, temores y aspiraciones muy parecidos.

¿Pero donde reside ese carácter atemporal y universal del mito y los arquetipos? Sin duda ha sido Carl Jung (1875-1961) quien de manera más profunda ha trabajado sobre el tema. Según Jung,[50] esa persistencia a través del tiempo y la geografía debe buscarse en los meandros del inconsciente, tanto el individual como el colectivo. El inconsciente, en la teoría junguiana, se constituye por dos partes: el inconsciente personal, que contiene la experiencia global de un individuo, y el inconsciente colectivo, una especie de "depósito", un recipiente de sabiduría infinita, donde se encuentran acumulados recuerdos de hechos y temas o "motivos" fundamentales de la especie humana desde que ésta existe. Así explicó Jung el fenómeno de lo inconsciente:

[50] *Arquetipos e inconsciente colectivo*, ed. Paidós, Barcelona, 1997.

> Un estrato en cierta medida superficial del inconsciente es, sin duda, personal. Lo llamamos *inconsciente personal*. Pero ese estrato descansa sobre otro más profundo que no se origina en la experiencia y la adquisición personal, sino que es innato: lo llamado *inconsciente colectivo*. He elegido la expresión “colectivo” porque este inconsciente no es de naturaleza individual sino *universal*, es decir, que en contraste con la psique individual tiene contenidos y modos de comportamiento que son, *cum grano salis*, los mismos en todas partes y en todos los individuos. En otras palabras es idéntico a sí mismo en todos los hombres y constituye así un fundamento anímico de naturaleza suprapersonal existente en todo hombre.[51]

En el inconsciente colectivo hay un conjunto de imágenes esenciales o primordiales a las que Jung denomina arquetipos y que son comunes a todos los individuos. Estas imágenes encarnan tanto sentimientos como acciones. Los arquetipos son manifestaciones de conocimiento intuitivo que sólo existen en el inconsciente colectivo del individuo y que se manifiestan en leyendas, imágenes religiosas, mitos, obras artísticas, sueños. Mientras que los contenidos del inconsciente personal son lo que Jung llama “complejos de carga afectiva”, los del inconsciente colectivo son los arquetipos:

> La existencia psíquica se reconoce sólo por la presencia de *contenidos conciencializables*. Por lo tanto sólo cabe hablar de un inconsciente cuando es posible verificar la existencia de contenidos del mismo. Los contenidos de lo inconsciente personal son en lo fundamental los llamados *complejos de carga afectiva*, que forman parte de la intimidad de la vida anímica. En cambio, a los contenidos de lo inconsciente colectivo los denominamos *arquetipos*.[52]

El arquetipo, dice Jung, “representa esencialmente un contenido inconsciente, que al ‘conciencializarse’ y ser percibido cambia de acuerdo con cada conciencia individual en que surge”.[53] Cuando los arquetipos son percibidos y “conciencializados” se convierten en símbolos. “El símbolo es un intento espontáneo de la psique inconsciente de expresar en imágenes conocidas algo relativamente desconocido... Un arquetipo que pasa de la potencia a la manifestación se convierte en símbolo. El arquetipo puede revestir diversos ropajes de acuerdo con la cultura en que surja”.[54]

---

[51] Carl Jung, *op. cit*. p.10.
[52] *Ibidem*.
[53] *Ibidem*., p. 11.
[54] Rosario Pérez Bernal, *Borges y los arquetipos (interpretación de tres textos de El Aleph según la teoría junguiana)*, ed- Plaza y Valdés, pp. 26-27.

Esto tiene una gran importancia para el estudio de la forma en que mitos y arquetipos milenarios se manifiestan a través de los medios masivos. Tomemos el ejemplo de la "mujer fatal", "la devora hombres", arquetipo que ha poblado el inconsciente colectivo desde hace milenios bajo diversos ropajes, diversos mitos. Los griegos la vieron como la hechicera Circe o con forma de Sirena, en la edad media como Sirena u Ondina, en la mitología vasca se le llamó Lamia, en la catalana *Dona d'algua*, en la gallega Moura, y en la maya encarnó en la Xtabay. Se trata, en todos los casos, de "seres femeninos, relacionados con la naturaleza, que adoptan, cuando quieren seducir a un apuesto joven, el aspecto de bellas doncellas que se peinan los cabellos con peines de oro, o que hilan, o que tejen paños con hilos dorados, etc., y que cuyas historias de amor con los humanos siempre tienen un final imposible, desgraciado".[55] La "mujer fatal", que representa una mezcla de "temor y deseo" para los hombres está presente desde hace mucho tiempo en el cine, en la música y el espectáculo en general bajo la forma de Theda Bara, Ava Gardner o María Victoria (por supuesto, en su época de cantante sensual, no en la de *La criada bien criada*). El arquetipo reaparece de manera incesante y reiterada, permanece en el inconsciente colectivo y en ocasiones puede ser "conciencializado" por productores o *managers* y, desde luego, por el público.

El mito y el arquetipo son inseparables y el número de ambos es infinito. La antropología ha registrado una gran cantidad de ellos. A cada mito corresponden uno o más arquetipos y cada arquetipo puede expresarse en leyendas o historias diferentes.

Aunque el concepto de arquetipo y el de estereotipo, este último muy utilizado en el análisis de los contenidos transmitidos por los medios de comunicación, tienen puntos en común, en tanto se refieren a modelos ejemplares de conducta, es claro que el primero tiene mayor profundidad. El concepto de estereotipo ha asumido una connotación "negativa" en tanto quienes suelen hacer uso de él consideran que los "modelos" propuestos bajo esa denominación sirven para la

---

[55] Pilar González Serrano y Mercedes Aguirre Castro, "Espíritus malignos, dragones y lamias", en *Más cerca de Grecia*, no. 12, pp. 213-224, Madrid, diciembre de 1997.

“manipulación” del receptor por parte de quienes deciden los contenidos a transmitir por los medios. Son varios los investigadores de los fenómenos comunicativos que ven en la “creación e imposición de estereotipos” uno de los riesgos mayores de la acción mediática. En cambio el de arquetipo es un concepto profundo, que va más allá de esa implicación manipuladora, aun cuando eventualmente pueda ser utilizado para tal fin.

5. Mitos y música

Pero nos habíamos propuesto abordar el tema de los mitos y arquetipos presentes en el *star system* musical mexicano a partir de cinco ejemplos: el mito narcisista, el de Venus/Afrodita, el de la “mujer fatal”, el mito del héroe y el dionisiaco. Las denominaciones que utilizamos corresponden fundamentalmente a la mitología griega, la más conocida en la cultura occidental, pero es posible afirmar que en prácticamente todas las culturas milenarias existen, con nombres diversos, mitos equivalentes a los mencionados.

5.1. *Narciso*

Existe un elemento común entre los cantantes “jóvenes y bien parecidos” o físicamente “atractivos” que han poblado el espacio musical mexicano de los años treinta a la fecha, de Ramón Armengod a Luis Miguel pasando por Fernando Fernández o Emilio Tuero y los baladistas de los años sesenta: todos han suscitado interés entre un público formado por mujeres jóvenes o adolescentes. Aunque todos ellos se involucraran en relaciones sentimentales con alguna o algunas mujeres, nunca dejaron de ser “objeto de deseo”, “amor platónico”, “pulsión libidinal sublimada” para sus *fans*. Bellos o simplemente atractivos, jóvenes y admirados, todos estos cantantes, han personificado el arquetipo narcisista: el joven guapo asediado por las mujeres pero que no se involucra de manera estable con ninguna porque, en realidad, él mismo o más bien su imagen –proyectada frente a un espejo de agua como en el mito griego o a través de los medios masivos, como en la actualidad-- es su propio objeto de enamoramiento.[56]

---

[56] Este arquetipo es milenario, pero ha sido el mito griego de Narciso su versión más conocida. Hijo del dios Cefiso y de la ninfa Liriope, Narciso era un hermoso joven asediado por doncellas y ninfas (una de ellas era Eco, perdidamente enamorada de él). Al nacer, sus padres consultan al adivino Tiresias, el cual les dice que el niño vivirá hasta una vejez avanzada siempre y cuando no

Para el éxito de los cantantes vinculados al mito narcisista es importante en muchos momentos mantener en la "clandestinidad" o en una "condición discreta" las relaciones sentimentales que aquellos puedan tener. Las *fans* no deben dejar de percibirlo como objeto de enamoramiento, situación que, curiosamente, da cohesión al grupo de admiradoras entre las cuales surge una especie de valor entendido: saben que el "ídolo" musical es de todas a la vez y de ninguna en particular. Esto, en lugar de propiciar conflictos entre ellas, une al grupo que, también curiosamente, como afirmó Freud,[57] desarrolla en el culto a la persona admirada relaciones afectivas entre sus miembros.

5.2. Venus/Afrodita

Existieron en el *star system* mexicano durante los años treinta, cuarenta e incluso los cincuenta del siglo pasado, tres condiciones fundamentales que una cantante debía reunir para tener éxito como estrella radiofónica y vendedora de discos: poseer rostro y figura agraciadas, excelente voz y un estilo interpretativo inconfundible, un sello distintivo que permitiera al público reconocerla de inmediato, no ubicarla entre las cantantes "normales" o "del montón". La belleza física siempre fue importante para las intérpretes de música popular-comercial, pues aunque la radio --medio auditivo por antonomasia— era el principal vehículo para difundir su trabajo, la promoción de su imagen se complementaba a través de otros medios: las revistas, los diarios y eventualmente el cine. La difusión de la voz inconfundible a través de la radio, y la publicación del rostro y la figura en los medios impresos y en el cine configuraban la presencia mediática de las grandes cantantes de esos años: Lupita Palomera, Consuelo Vidal, Chela Campos, Chelo Flores, Lupita Alday o María Alma.

A partir de los años sesenta, la tríada que distinguía a las cantantes de éxito –voz, belleza y personalidad— empezó a perder equilibrio. Si anteriormente los tres elementos eran fundamentales, en las tres últimas décadas del siglo XX, y de

---

contemple nunca su propia imagen. Un día muy caluroso, después de una cacería, Narciso se inclina sobre una fuente para calmar la sed; en el espejo formado por el agua ve la imagen de su rostro, tan bello que en el acto se enamora de sí mismo (o más bien, de su imagen reflejada en el agua). Extasiado ante su propio encanto se vuelve insensible a lo que pasa en el mundo y se deja morir inclinado sobre su propia imagen. En el lugar de su muerte brota una flor a la que se da el nombre de narciso.

[57] Véase la cita marcada con el número 38 en este capítulo.

manera especial en el segundo lustro de los noventa, la belleza física se erigió como exigencia suprema para las cantantes, al grado de subordinar a las otras dos. Al finalizar el siglo XX y comenzar el XXI, la imagen corporal es el principal valor de una cantante de música popular-comercial. La buena voz y el estilo peculiar pueden no ser tan importantes como la belleza física, tal cual lo demuestran los casos de Thalía, Bibí Gaytán o Paulina Rubio, en el ámbito nacional, o de Cristina Aguilera, Britney Spears o Shakira, en el internacional.

El mito de Afrodita[58] (divinidad griega adaptada posteriormente en la mitología latina como Venus), la mujer bella, con apariencia de "diosa" y por lo tanto inalcanzable para los simples mortales, siempre ha estado presente en el *star system* musical, tanto en el internacional como en el mexicano. Sin embargo, es en años recientes cuando ha devenido condición imprescindible (salvo muy contadas excepciones) para toda mujer que aspire a ser una cantante comercialmente exitosa.

Afrodita es la diosa del amor, pero del amor en una acepción muy amplia que trasciende la sola relación entre lo masculino y lo femenino. Hesíodo[59] señala que Afrodita puede estar presente en "las intimidades entre doncellas", en las sonrisas, los engaños, el placer, el amor, la dulzura y son precisamente estas las condiciones que hace evocar entre la audiencia o los *fans* una presencia femenina bella que aspira a llenar un lugar estelar en la industria del espectáculo.

---

[58] El mito de Afrodita posee una enorme carga sexual y erótica. Su origen se remonta a la lucha entre el dios Urano y su hijo Cronos por la supremacía en el mundo y es relatado por Hesíodo en la Teogonía. Temeroso de que se cumpla la profecía según la cual uno de sus hijos habrá de quitarle el trono, el dios Urano (el Cielo) encierra a toda su descendencia en el fondo del Tártaro, la región más profunda de la Tierra. Su madre/esposa Gea (la Tierra), quien lo ha parido y con quien tiene hijos, se siente ultrajada y urde una cruel venganza: castrar a Urano, para lo cual forja una filosa hoz. Convoca a los hijos de ambos para solicitarles ayuda en la ejecución del plan, pero ninguno de ellos se atreve a ayudarla por temor al padre Urano. Sólo Crono, el más joven de los hijos, se ofrece a colaborar. Llegada la noche, sorprende a Urano, sega con la hoz los genitales de su padre "y luego –dice Hesíodo-- los arroja a la ventura por detrás". Pero la sangre y el miembro de Urano son inmortales, por lo tanto generan vida y dan lugar a nuevos seres, uno de ellos Afrodita. Después de ser arrojados tras de sí por Crono, los genitales de Urano caen al mar donde navegan por mucho tiempo: "Alrededor del miembro inmortal –continúa Hesíodo— surgió una blanca espuma y en medio de ella nació una doncella". Se trata de Afrodita, diosa cuyas atribuciones son, dice Hesíodo:"*Las intimidades con doncellas, las sonrisas, los engaños, el dulce placer, el amor, la dulzura*".

[59] Hesíodo, *Obras y Fragmentos*, ed. Gredos, col. Biblioteca Clásica, Madrid, 1997

5.3. *La sirena*

Existe un arquetipo femenino dentro de los “sistemas de estrellas” en todo el mundo que se aparta del mito de Venus/Afrodita. Se trata de lo que en el Hollywood de finales de los años veinte del siglo pasado se conoció como *vamps*; las “vampiresas” o “devorahombres”, mujeres de una belleza mundana, no “celestial” u “olímpica”; mujeres que producen una peculiar mezcla de deseo y temor entre los varones.

El mito más conocido vinculado con el arquetipo de la mujer fatal es el de la Sirena, de origen griego pero extendido a mitologías como la celta y la germánica.[60]

En el espectáculo mexicano, el mito de la Sirena, muy conocido en todo el mundo, permitió, por ejemplo, que María Victoria pasara de ser una cantante de ranchero sin la menor trascendencia a uno de los máximos iconos de la música popular—comercial de México en el primer lustro de los años cincuenta. Ataviada con vestidos entallados que cubrían sus piernas y caderas al tiempo que exaltaban sus formas –vestidos que simulaban la parte de pez de las sirenas--, María Victoria llenaba de erotismo los escenarios que pisaba. En el *star system* de México, el mito de la Sirena se expresa con mayor medida en el ámbito del teatro de revista y el cabaret personificado en mujeres como Yolanda Montes “Tongolele”, Kalantán o Su Muy Key, o en el “cine de rumberas”, especialmente en algunos personajes interpretados por Ninón Sevilla; sin embargo, María Victoria

---

[60] Las sirenas son personajes mitológicos que habitan cerca del mar, cuyo canto, melodioso e irresistible, ejerce un efecto de embrujamiento sobre los marinos y los lleva a la perdición, a la muerte. La principal referencia a este mito se remonta a *La Odisea*, de Homero, donde se relatan las aventuras del héroe Ulises (u Odiseo), durante su largo viaje de regreso a Itaca después de la guerra de Troya. Las sirenas de este relato no son los seres mitad pez y mitad mujer que aparecen en leyendas más modernas, sino aves con pecho y cabeza de mujer.

En la mitología griega, las sirenas viven en una isla del Mediterráneo. Su canto es tan bello y colmado de promesas que los marinos no pueden resistirse a escucharlo y lanzan sus naves contra los arrecifes con la intención de desembarcar y localizar a las mujeres que emiten esas voces. En la maniobra muchos barcos zozobran y los sobrevivientes asesinados sin piedad por las sirenas, que en la mitología griega son tres hermanas hijas del dios Aqueloo y de la musa Caliope: Ligia, que toca la flauta; Partenopea, que ejecuta la lira; y Leucosea, que lee textos y canta. La apariencia de las sirenas cambia de una mitología a otra. En la griega se les representa como seres alados con cara humana y cuerpo de ave. Su transformación a seres mitad mujer, mitad pez, con la parte inferior cubierta de escamas, se remonta a la edad media y a las leyendas celtas y germánicas. La Sirena medieval, sin embargo, no pierde el antropomorfismo en su parte de pez donde se adivinan formas de caderas y muslos femeninos.

logró encarnarlo como ninguna entre 1950 y 1955 antes de transformarse en actriz cómica a partir de la película “Los paquetes de paquita” (1954), cinta que cambió su imagen dentro del espectáculo.

Una escena clásica del cine mexicano, protagonizada por Andrea Palma en *La mujer del puerto* (1933), constituye una espléndida recreación del mito de la Sirena: la prostituta Rosario, interpretada por Palma, vestida totalmente de negro, la mirada lánguida, un cigarrillo en los labios y el cuerpo voluptuoso, aparece recargada al lado de una puerta y luego recorre una callejuela cercana al mar, mientras Lina Boytler, desde el quicio de una ventana, canta “vendo placer, a los hombres que vienen del mar...”.

5.4. *El héroe*

El mito del héroe ha nutrido el ámbito de los medios de comunicación desde que en éstos empezaron a contarse historias de aventuras, lo mismo en la prensa que en el cine, la radio y la televisión. Las historias y leyendas narradas a través de los medios incluyen siempre como protagonista a un ser ejemplar, a un héroe, cuyas aventuras, que representan la lucha contra poderes y fuerzas generalmente *malignas* de acuerdo a los valores de la cultura imperante, tienen como final la construcción de un hombre o una mujer que tras vencer obstáculos logra convertirse en figura arquetípica y aun mítica dentro de esa cultura.[61]

Como lo ha mostrado Joseph Campbell, el ciclo del héroe es una compleja mezcla de elementos con implicaciones simbólicas muy diversas que pasan por los ámbitos de lo sagrado, lo profano y los meandros del inconsciente individual y colectivo. El héroe representa el arquetipo de quien ha podido vencer retos y obstáculos que le impedían crecer como ser humano y ha logrado la plenitud vital.

---

[61] Por supuesto, la aventura heroica por excelencia en la cultura occidental es la *Odisea* donde Ulises u Odiseo, héroe-guerrero y héroe-amante a la vez (dualidad que posee el héroe prácticamente en cualquier cultura), es capaz de vencer monstruos, sobrevivir a naufragios, superar con la ayuda de Atenea y la aprobación de Zeus castigos que le imponen deidades de menor jerarquía (como Posidón y Eolo), pero también de superar las “tentaciones eróticas” que encuentra reiteradamente en su viaje de retorno a Ítaca y que de haber cedido completamente ante ellas no habría conseguido su gran objetivo: reanudar el amor con Penélope, interrumpido durante dos décadas. Como corresponde a cualquier héroe en cualquier mitología, Odiseo recorre un periplo –el ciclo del héroe— durante el cual va templando su carácter, atemperando defectos y debilidades inherentes a su condición humana. Cuando llega a Ítaca es un ser superior, ética y físicamente, a los 108 pretendientes encabezados por Antinoo, que amenazan sus propiedades y su familia. Tiene de su lado la razón y la fuerza.

En buena medida es el portador simbólico y universal del destino de todos los hombres. En este sentido es ejemplar:

> El héroe –dice Campbell— es el hombre o la mujer que ha sido capaz de combatir y triunfar sobre sus limitaciones históricas personales y locales y ha alcanzado las formas humanas generales, válidas y normales. (A través de él) las visiones, las ideas y las inspiraciones surgen prístinas de las fuentes primarias de la vida y del pensamiento humano. De aquí su elocuencia, no de la sociedad y de la psique presentes y en estado de desintegración, sino de la fuente inagotable a través de la cual la sociedad ha de renacer. El héroe ha muerto en cuanto hombre moderno, pero como hombre eterno –perfecto, no específico, universal— ha vuelto a nacer. Su segunda tarea y hazaña formal ha de ser (...) volver a nosotros transfigurado y enseñar las lecciones que ha aprendido sobre la renovación de la vida.[62]

El héroe es, por lo tanto, ejemplo de vida para los humanos y si bien lo es fundamentalmente en la sociedad y el tiempo en los que surge su leyenda, su mito, muchos de los valores que él representa tienen carácter universal y trascienden el tiempo y la geografía. Continúa Campbell:

> El contenido del mito ubicuo del héroe es el de que ha se servir como modelo general a los hombres y a las mujeres, en cualquier punto de la escala en que se encuentren. Por lo tanto, está formulado en los términos más amplios. La función del individuo es descubrir su propia posición de referencia a esta fórmula humana general y permitir que lo ayude a traspasar los muros que lo reprimen.[63]

Aunque el mito del héroe podría parecer lejano al tema de los discos y de las transmisiones musicales a través de la radio, la industria cultural en el siglo XX se encargó de acercarlos y de convertir a los protagonistas de historias y leyendas heroicas en cantantes y ejecutantes de música; o al revés: transformó a cantantes y ejecutantes de música en protagonistas de historias y leyendas heroicas. En México, la cinematografía de los años cuarenta en el siglo XX --con el apoyo decisivo de la radio-- logró crear un personaje que devino símbolo, durante varias décadas, de “lo mexicano” y que al protagonizar aventuras heroicas en las películas se instaló como elemento fundamental en la cultura popular: el *charro cantor*.

Con la película *¡Ay Jalisco no te rajes!* (1941), el mito del héroe se consolida en el ámbito mediático nacional y da origen a un fenómeno que no sólo tendría

---

[62] Joseph Campbell, *El héroe de las mil máscaras*, *Ibid*. p. 26.
[63] *Ibid*. p. 114.

repercusión en la industria cinematográfica, sino en la discográfica y la radiofónica. El *charro cantor* reúne la dualidad característica del héroe: como charro es hábil en el manejo armas y la doma de animales, monta a caballo, es valiente y noble, pelea con honor (nunca toma ventaja desleal sobre su adversario);[64] como cantor es sensible, "romántico", proclive a expresar su amor a las mujeres (al igual que Ulises puede tener escarceos eróticos con muchas, pero al final habrá de quedarse con aquella de la cual está enamorado). Es héroe-guerrero y héroe-amante. El *charro cantor* por antonomasia, ya se sabe, es Jorge Negrete, cuya presencia en la cultura popular mexicana ha sido descrita así por Enrique Serna:

> A partir de ¡Ay Jalisco no te rajes!, Jorge Negrete elevó la figura del charro cantor al rango de institución mítica. No sólo fue profeta en su tierra: difundió en el extranjero una imagen de lo mexicano que hasta la fecha nadie ha podido borrar. Su personalidad es una versión de nuestra idiosincrasia, y como tal despierta la adhesión entusiasta o el rechazo vehemente...
>
> En la película que lo lanzó a la fama, Jorge Negrete no interpretó a un charro catrín, sino a un héroe popular. *El Ametralladora* de ¡Ay Jalisco no te rajes! tenía por modelo a un auténtico pistolero de los años treinta, el Remington, que había sembrado el pánico en los alrededores de Atotonilco robando mujeres y haciendas. Como El Zarco y Los Caballeros de la Rama, era un bandido que robaba a los ricos para vestirse como ellos y demostrarles que un hijo del pueblo también podía llevar alamares de plata. Jorge sedujo al público femenino y logró que el masculino se identificara con él porque su personaje colmaba las aspiraciones del espectador (incluida la de hacerse justicia a balazos, sin el halo de santidad que nimbaba a los charros feudales de Allá en el Rancho Grande). En los años treinta y principios de los cuarenta, el cine mexicano todavía aspiraba a reflejar las variantes regionales de nuestro folclor. El jaliscazo acabó con esas tentativas y desde entonces, para fines de exportación, México se redujo a la más taquillera de sus provincias. Con un hábitat propio, equivalente a la pampa del gaucho y al *far west* del vaquero estadounidense, el charro cantor ya no era sólo una figura emblemática de nuestra nación, sino un elemento esencial de nuestro paisaje.[65]

Gracias al personaje de *charro cantor*, Jorge Negrete dejó de ser un cantante sin trascendencia que en 1931 había debutado en la radio con el nombre de Alberto Moreno y no había logrado entusiasmar al público con su "traje de calle",

---

[64] "Soy el charro mexicano/ noble valiente y leal/ de su pueblo siempre hermano...", dice la canción emblemática ("El charro mexicano"), escrita por Manuel Esperón y Ernesto Cortázar, y grabada por Jorge Negrete en 1945.

[65] Enrique Serna, "El charro cantor", en *Mitos mexicanos* (Enrique Florescano, coordinador), pp. 245-246. El personaje interpretado por Jorge Negrete en ¡Ay Jalisco no te rajes! era Salvador Pérez, alias *El Ametralladora*, el cual, por cierto, también fue interpretado por Pedro Infante en otra película filmada en 1943.

absolutamente urbano, y su repertorio integrado por zarzuelas, *foxes* y boleros. Transformado en héroe cinematográfico, vestido de charro y como intérprete de canciones “rancheras” logró, en cambio, constituirse en una figura legendaria en la historia del espectáculo en México.

La otra gran encarnación mexicana de héroe cinematográfico y cantante es, por supuesto, Pedro Infante, el cual, a diferencia de Negrete, no fue sólo *charro cantor*, sino también héroe urbano. Versátil como actor y como cantante, de figura hercúlea (contrastante con la de Negrete, más bien delgada), Infante consiguió en sus interpretaciones un registro más amplio que su contemporáneo, pues lo mismo protagonizó las aventuras campiranas de Salvador Pérez Gómez en *El Ametralladora* (1943), personaje también interpretado por Jorge Negrete en *¡Ay Jalisco no te rajes!* dos años antes, o de Martín Corona en *Ahí viene Martín Corona* (1951), que la gesta patriótica del teniente Luis Sandoval quien lucha contra la invasión francesa en *Mexicanos al grito de guerra* (1943) o la pasión urbana de Pepe el Toro en la célebre trilogía de Ismael Rodríguez: *Nosotros los pobres* (1947), *Ustedes los ricos* (1948) y *Pepe el Toro* (1952).

Pero, también a diferencia de Negrete cuya vida privada no tenía relación con las aventuras heroicas, Pedro creó en torno suyo una leyenda acorde con su imagen cinematográfica: era aviador y motociclista, actividades que le hacían protagonizar “en la vida real” aventuras tan peligrosas como las que vivía en la pantalla.

La dualidad entre *charro cantor* y “héroe urbano” se trasladó también a la carrera de Pedro como cantante: logró *hits* musicales dentro del género ranchero, pero también como intérprete de boleros urbanos. Esa mixtura como actor y como cantante, a veces urbano y a veces ranchero, quedó mostrada en el hecho de que, en combinación con el compositor Manuel Esperón, dio origen a un género musical híbrido: el “bolero ranchero”.

5.5. *Dioniso*

Finalmente, un mito de gran importancia en la historia de la música popular--comercial mexicana en el siglo XX es el de Dioniso el dios del vino y la inspiración. De este mito se desprende un arquetipo estrechamente ligado con la creación

musical: el del artista “bohemio”, aficionado o adicto al alcohol y eventualmente a las drogas, el músico cuya vida fluctúa entre la depresión y los mundos sórdidos, y la felicidad exultante. El músico o compositor frecuentemente protagonista de una vida y un final trágicos. El músico o el cantante que hace compartir al público el disfrute de lo dionisiaco y que comparte con él las modernas bacanales, es decir, las borracheras.[66]

En la historia de la música popular-comercial mexicana del siglo XX existen varios ejemplos de intérpretes (cantantes y compositores) en cuya obra y biografía es posible descubrir la impronta del mito dionisiaco, obviamente no como culto “formal” a Dioniso, sino como un impulso vital que conduce a transgredir normas, a innovar, a la embriaguez, a la exaltación y al delirio, a la no moderación: Agustín Lara en su primera etapa, Lucha Reyes, José Alfredo Jiménez, Alvaro Carrillo, entre otros. Por supuesto no se trata de considerar “dionisiacos” a estos intérpretes musicales sólo por el hecho de que hayan sido aficionados a la ingesta alcohólica, sino porque su obra reunió, durante su vida o en alguna etapa de ésta, una de las características que distinguen a lo dionisiaco: la inclinación a transgredir normas, a innovar, con el rechazo que ello suele implicar por parte de las buenas conciencias y los vigilantes del “comportamiento sano”, pero también de la admiración que personajes de ese tipo suelen despertar en otros sectores donde la trasgresión no es defecto sino virtud.

Algunos de estos intérpretes mantuvieron una actitud transgresora durante toda su vida y otros se apartaron de esa ruta en cuanto los beneficios mercantiles generados por su obra a través de la industria cultural ejercieron sobre ellos el

[66] Dioniso (Baco en la mitología latina), es el dios de la viña, del vino, de la inspiración y del delirio místico. Hijo de Zeus y de la ninfa Sémele, su leyenda es compleja y prolija. Después de vivir en lugares diversos y de estar durante su infancia al cuidado de distintos dioses, Dioniso, ya adulto, se establece un tiempo en Egipto donde descubre la vid y su utilidad, o sea el vino. De vuelta a Grecia, vive en la ciudad de Tebas donde inicia las Bacanales o fiestas de Dioniso en las que todo el pueblo, especialmente las mujeres, son presa del delirio místico y recorren las campiñas profiriendo gritos rituales. Dioniso, dios del vino y de la inspiración, era festejado mediante tumultuosas procesiones; de ellas se desprendieron representaciones teatrales diversas: comedias, tragedias y dramas satíricos. Desde el siglo II antes de nuestra era, el culto a Dioniso se practicaba en Roma. El Senado prohibió las Bacanales en 186 a.c., pero sectas dionisiacas continuaron el culto cuyos resabios, podría afirmarse, aún se perciben en nuestros días.

poder de la seducción; cuando, como diría Walter Benjamin para el caso de las *estrellas* cinematográficas, su "aura" (dionisiaca en este caso), se atrofió.

Parece, entonces, que las preferencias de los consumidores de productos musicales –radioescuchas y compradores de material fonográfico--, van más allá de la "modelación" de conductas y gustos musicales promovida por los medios masivos a través de la creación de estereotipos; con esta afirmación no se quiere decir, en modo alguno, que la industria cultural no intenta esa "modelación" –al contrario, ésta es uno de sus principales objetivos--, sino que el fenómeno de las preferencias, sobre todo en relación con los intérpretes, está vinculado también con una empatía entre el contenido del inconsciente colectivo, es decir, los arquetipos, y los cantantes, músicos o intérpretes que los encarnan. Siempre ejercerá un poder de atracción más profundo el aura dionisiaca de José Alfredo Jiménez, que la figura de un cantante de ranchero pulcro y abstemio, por más que este último pueda tener éxito momentáneo.[67] Siempre, mucho más, una mujer "fatal" que una de belleza anodina. Esto vale para marcar una diferencia fundamental entre los y las cantantes de éxito furtivo, momentáneo, y los que trascienden el tiempo. Esa es, en buena medida, la distancia entre estereotipo y arquetipo. El *estrella* musical apoyado por un intento de modelar el gusto a través de la difusión de un estereotipo que se le hace representar, no trasciende generalmente, tiene éxito fugaz, directamente proporcional en duración al apoyo que su disquera, la radio, la televisión, en fin el circuito de consumo mediático, le

[67] En 1977, el actor y cantante Fernando Allende probó suerte como cantante de ranchero. Su empresa disquera, Orfeón, le propuso hacerlo luego de que Allende había grabado baladas en tres diferentes disqueras y, confesaba el actor, "no pasaba nada conmigo". Con el objetivo de aprovechar el éxito que éste lograba en la telenovela "Corazón Salvaje", Orfeón decidió lanzar, a través de Fernando Allende, la imagen del "nuevo charro", alguien menos campirano, más identificable con el público urbano, de aspecto "más refinado", más guapo y alto. El cantante y actor estaba feliz con la idea de cantar ranchero y, sobre todo, de personificar a ese nuevo charro: "(En las otras disqueras) me decían –declaró Allende— que mi imagen iba en contra de lo que es el charro mexicano y yo me defendía diciendo que mi intención era ampliar un poco esa imagen de los charros, pues yo no podía ser uno igual al de hace 20 años. Creo que en este lapso el pueblo mexicano, aparte de alimentarse mejor, ha procreado mejor y se ha culturizado mejor". Véase *Notitas Musicales*, 15 de octubre de 1977, p. 48. El lanzamiento de Allende como prototipo del nuevo charro, mejor alimentado, "mejor procreado" y "más culto" fue un fracaso. No obstante, hacia el final del siglo XX y el principio del XXI, un nuevo intento de crear este tipo de charro tuvo mejor suerte con intérpretes como Alejandro Fernández, Pedro Fernández y *Pepe* Aguilar quienes dieron origen a una suerte de "charro *pop*", intérprete de baladas acompañadas por mariachi.

brinden. En cambio, aquel músico o intérprete que, además de su calidad artística, encarna de modo natural un arquetipo –es decir que revive de alguna forma la historia de un mito milenario- y logra remover el inconsciente colectivo logrará, muy probablemente, trascender las fronteras del tiempo. Hoy predomina en el espectáculo musical mexicano y mundial la promoción y difusión de estereotipos, de ahí que la aparición de figuras que establecen una relación profunda con el público sea escasa. Pero no siempre ha sido así y seguramente no siempre será así. Por eso es importante revisar la historia del consumo musical en México a través de la radio y la industria discográfica.

Una vez expuesto el cuerpo de conceptos en el que se apoya esta investigación, pasemos al análisis de la forma en que los diversos géneros identificables dentro de la música popular-comercial llegaron a la Ciudad de México, en diferentes periodos a lo largo del siglo XX, y cómo se integraron a la programación radiofónica.

CAPITULO II

RADIO Y GENEROS MUSICALES*

La historia de la Ciudad de México es en gran medida la historia de un *crisol* de culturas; un *crisol* pluriétnico y multicultural forjado a través de inmigraciones nacionales y extranjeras, pero forjado también, a partir del siglo XX, por la intervención de un fenómeno que dio a esa centuria un sello distintivo en la historia de la humanidad: la difusión masiva a través de la radio, el cine y la televisión.

Tras el formidable encuentro entre la cultura española y la náhuatl en el siglo XVI, la Ciudad de México ha sido, durante casi quinientos años, receptáculo (un "receptáculo dinámico", si cabe el término) de expresiones culturales provenientes de todas las regiones del país y de naciones diversas. En lo que hoy llamamos "área metropolitana del Valle de México" se reconocen presencias culturales múltiples, en la arquitectura, el lenguaje, la comida, el vestido, la música. La presencia cultural de las regiones mexicanas, pero también la influencia de la cultura europea (básicamente la española), de la anglosajona, la árabe, la china, la judía, la afrocaribeña y las de distintas naciones de América Latina se percibe en la vida cotidiana de la ciudad. Una persona puede caminar por las calles del DF y escuchar en una esquina el sonido del rock (viejo o reciente), avanzar media cuadra y oír una cumbia, pasar frente a una cantina y observar cómo, en la puerta del establecimiento, un saxofonista solitario ejecuta un danzón, penetrar al antro para calmar la sed y presenciar la actuación de un trío que canta boleros, salir,

---

* El objetivo de este capítulo es exponer, a través de un relato cronológico, dividido por décadas, la forma en que los diversos géneros identificables dentro de la música popular-comercial llegaron a la Ciudad de México en diferentes épocas, durante el siglo XX, y cómo fueron ingresando a la programación radiofónica para ser difundidos masivamente. Asimismo, se relata la importancia que la música y sus intérpretes han tenido dentro de esa programación. El capítulo incluye un apartado dedicado a analizar la manera en que las radiodifusoras pasaron de la programación realizada mayoritariamente "en vivo", que les caracterizó hasta el primer lustro de los años cincuenta, a la forma de explotación conocida como "radio disquera", basada en la difusión de grabaciones musicales, en especial discos.

toparse con un grupo "norteño" o una familia indígena que toca clarinetes y tambor, y deambular junto a un puesto de discos "pirata" que ofrece balada y *pop* en español. Son influencias que en un proceso largo y complejo de hibridación han contribuido a formar la identidad cultural de una de las ciudades más grandes del mundo; una cultura peculiar, con rasgos propios pero con orígenes múltiples.

No es sorprendente, por eso, que la música escuchada históricamente en la Ciudad de México sea resultado de procesos de mixtura en los que géneros provenientes de otros países o de otras regiones mexicanas llegaron al DF donde fueron asimilados pero también modificados, asumidos de acuerdo a la forma de ser y a la sensibilidad de los capitalinos. El danzón no se baila en México DF igual que en Cuba o en Veracruz. Ya lo dijo Consejo Valiente Robert, el célebre *Acerina*: "El danzón nació en Cuba, pero se baila en México".[1] Tampoco la cumbia es la misma en las colonias periféricas del Distrito Federal que en Colombia o en Monterrey. Igualmente, el bolero, ritmo cubano, desarrolló en México, y particularmente en el Distrito Federal, riquezas líricas y armónicas distintas a las que tuvo en su país de origen.

Durante la década de los veinte, en el siglo pasado, comenzó a desarrollarse en la Ciudad de México, al igual que en otras urbes del mundo, un complejo fenómeno de difusión y consumo musical que marcaría la vida de la capital en el futuro y que, modificado en diversos aspectos de forma y fondo a través de los años, persiste hasta la actualidad. Se trata de una suerte de periplo que debe recorrer la obra musical –y cabe recordar que en estas páginas nos referimos a lo que hemos denominado *música popular-comercial*—[2] para que el creador de la misma pueda hacerla pública y el receptor colectivo, al que va dirigida, pueda conocerla. Es un recorrido en el que median entre el "emisor" y el "receptor" diversas formas de difusión que la obra musical debe transitar si su autor desea que se conozca. Si en el último tercio del siglo XIX y las dos primeras décadas del XX los compositores podían dar a conocer su obra a través de casas editoras que imprimían ejemplares de la partitura y, si era el caso, de la letra, con lo cual abrían

---

[1] Trejo, Angel, *¡Hey, Familia, Danzón dedicado a...!*, p. 80.
[2] Véase la definición correspondiente en el capítulo I de este trabajo.

la posibilidad de que su música fuera interpretada por orquestas y cantantes en bailes y teatros, en los años veinte del siglo pasado empiezan a desarrollarse o a consolidarse otras formas de difusión que se añaden a las anteriores. Para esa época, la industria fonográfica –cuyas primeras expresiones en México datan de finales del siglo XIX—[3] empieza a tener desarrollo importante y aparece un medio de difusión que en el resto de la centuria será vital para la difusión musical: la radio. Al paso de las décadas, el proceso de mediación entre el autor de la obra musical y el público receptor se iría haciendo más amplio y complejo con la aparición de otras formas de difusión como el cine, a partir de los años treinta y especialmente en los cuarenta; la televisión, desde los cincuenta; los conciertos populares y bailes masivos, a partir de los años setenta; la internet, en los noventa, hasta conformar el "circuito de consumo mediático" al que nos referimos en el capítulo I de este trabajo.

A lo largo del siglo XX cada uno de los componentes de este circuito cumplió una misión específica. Los salones de baile y los conciertos masivos permitieron a los intérpretes y eventualmente a los compositores conocer personalmente la reacción "física" e incluso "psicológica" que los consumidores tenían ante su música, los estados de ánimo que en ellos generaba, la creación de coreografías y la modificación de letras y acordes por parte del público. A la industria discográfica le correspondió, como diría Walter Benjamin, la "reproductibilidad técnica" de la obra musical, su "fijación" en un soporte físico, en un objeto (un disco o posteriormente una cinta) y la distribución masiva de ese objeto. Los medios de comunicación, especialmente la radio, multiplicaron la posibilidad de que una obra musical fuera conocida por individuos y públicos masivos.

Esta posibilidad de difusión masiva para la música a través de la radio es el tema preponderante de esta investigación; pero no únicamente la difusión masiva

---

[3] "La primera noticia relativa al fonógrafo que se tiene en México es la de su exhibición en el Teatro Nacional, en 1877, donde se le anunció como 'la caja que hace reír y reproduce música sorprendentemente'". Simón Jara Gámez, 'El danzón en México', en *De Cuba con amor... el danzón en México*, p. 51. Las primeras matrices para fonógrafo con música de intérpretes mexicanos empezaron a fabricarse a finales del siglo XIX. Estaban hechas en cera y se llevaban a Estados Unidos para su impresión en "rodillos" que permitían su ejecución en el fonógrafo. Para 1906, la empresa Columbia tenía en su catálogo material grabado en español (música, canciones y discursos) el cual podía conseguirse en México. *Ibidem*.

de la música en términos cuantitativos, sino, fundamentalmente, cualitativos, es decir, qué géneros musicales han sido preponderantes en el DF desde los años veinte del siglo pasado hasta la fecha, cómo se han expresado en la radio, qué cantantes, grupos u orquestas los han interpretado, qué estaciones de radio los han difundido.

1. Los años veinte: radio experimental y "música clásica"

1.1. *Cuatro corrientes*

La música que se escuchó en la Ciudad de México durante las dos primeras décadas del siglo XX correspondió principalmente a cuatro corrientes: a) los géneros bailables de moda en el porfiriato, entre los cuales destaca en primer lugar el vals, pero también la contradanza cubana, género del cual se deriva el danzón;[4] b) las arias de ópera, las piezas de opereta y zarzuela y las canciones

---

[4] En su libro *¡Hey, Familia, Danzón dedicado a...!*, Ángel Trejo relata los antecedentes del danzón, los cuales se remontan a una danza de origen campesino practicada en Inglaterra en el siglo XVII llamada precisamente *country dance*. Debido a la intensidad del comercio inglés, que hacia viajar mercancías, pero también personas a diversos países –con todas las consecuencias culturales que esto implica--, la *country dance* habría llegado a Francia donde asumió el nombre de *contre dance* y se transformó en un baile urbano y cortesano. A finales del siglo XVII, la *contre dance* llegó a las Antillas, particularmente a Haití, en ese momento colonia francesa y con un amplio sector de población negra --sometida al régimen de esclavitud— integrada por individuos de dos etnias africanas: ewes y dajomes. Los franceses que emigraron a Haití, especialmente para explotar plantaciones azucareras, incorporaron la *contre dance*, como parte de su cultura musical, a sus fiestas. Sin embargo, también se incorporó paulatinamente a las reuniones y festejos de los esclavos negros, aunque con matices peculiares. En primer lugar, la danza se hizo más libre y más alegre; en segundo, se le añadió la percusión africana a través del *cinquillo*, figura percusiva en el tambor que consiste en una sucesión de cinco golpes lentos y cinco golpes rápidos que marcan el ritmo (el *cinquillo* se conserva en el danzón moderno).

En 1780, se produjo en Haití una rebelión independentista por parte de los esclavos negros que hizo huir de la isla a no pocas familias francesas; más tarde, la emigración se acentuó debido a la abolición de la esclavitud decretada en 1793 por la Convención Nacional de Francia tras el triunfo de la Revolución de 1789. El principal destino de los esclavistas franceses fue la isla de Cuba donde instalaron nuevas plantaciones azucareras y llegaron "con sus riquezas, sus familias, su cultura, algunos de sus esclavos y, desde luego, con su tradición musical, entre la que llevaron la *contre dance*", *op.cit.*, p. 13. En Cuba, estos inmigrantes se asentaron básicamente en las regiones de Matanzas y Guantánamo, donde la *contre dance* empezó a ser bailada por españoles, criollos, mestizos y negros, cada grupo en su respectivo ámbito económico y cultural. En Cuba esta música adoptó el nombre de contradanza y tuvo un gran desarrollo a lo largo del siglo XIX. Hacia 1850, la contradanza empezó a sufrir cambios que la harían derivar en una nueva forma musical. Compositores como Manuel Saumell Reboredo e Ignacio Cervantes redujeron de 52 a 16 los compases de las contradanzas con lo cual se aproximaron a la estructura que habría de tener el danzón. Por otro lado, los bailadores incorporaron coreografías que se apartaban de la *contre dance* franco-haitiana. Ésta se bailaba frecuentemente en cuadrillas de hombres y mujeres que hacían pasos simultáneos y coordinados que incluían giros rápidos ejecutados con el cuerpo erguido, "estirado", para crear una impresión de "elegancia" acorde al carácter cortesano con que se había desarrollado la *contre dance*. Para la segunda mitad del siglo XIX, los cubanos le habían

mexicanas de "aire operístico", por ejemplo *Estrellita*, de Manuel M. Ponce o *Perjura*, de Miguel Lerdo de Tejada; c) la música mexicana interpretada por las llamadas "orquestas típicas", un tipo de agrupación integrada por músicos que vestían traje de charro similar al que años más tarde adoptaría el mariachi, cuya dotación se basaba en los instrumentos de cuerda, incluido el salterio, que le daba un toque peculiar, e interpretaba preferentemente canciones del repertorio popular mexicano, aunque con matices "finos" y "sofisticados";[5] d) expresiones de música popular mexicana (corridos, canciones, sones) proveniente de zonas rurales e interpretada por músicos que migraban a la capital del país desde distintos lugares de la república.

En una sociedad de profundos contrastes socioeconómicos era normal que los diferentes tipos de música se interpretaran y consumieran en ámbitos y situaciones distintos entre sí. Los valses y las contradanzas constituían la música

---

quitado la solemnidad a la contradanza; en los ámbitos populares ya no se hacían las cuadrillas coordinadas de hombres y mujeres que efectuaban pasos simultáneos y se comenzaba a bailar de manera más lenta pero a la vez más alegre, incluso con matices de sensualidad, lo cual hizo que las modificaciones coreográficas incorporadas a la contradanza fueran consideradas "vulgares".

Se considera a una pieza llamada "A las alturas de Simpson", compuesta en 1877 y estrenada en 1879 por el músico matancero Miguel Faílde, el primer danzón propiamente dicho. En el último cuarto del siglo XIX, la contradanza y el incipiente danzón (aún mezclados en un mismo complejo musical) fueron irradiados a la zona del Caribe por músicos cubanos y por compañías de teatro y variedades que viajaban por la región. En el caso de México, esta expresión musical habría llegado inicialmente a los estados de Yucatán, Campeche, Tabasco y el sur de Veracruz donde, a finales del siglo XIX, empiezan a aparecer contradanzas y danzones compuestos por mexicanos, principalmente en la zona veracruzana. Al puerto de Veracruz, su principal punto de asentamiento en México, el danzón habría llegado en los años ochenta del siglo XIX como resultado de la inmigración cubana registrada en esa época cuando familias completas provenientes de la isla se trasladaron a México huyendo de las primeras expresiones de la guerra independentista en la isla. Entre esos inmigrantes había "estibadores, sastres, tabaqueros y, por supuesto, músicos, vagos y hasta proxenetas o *padrotes*". Según Ángel Trejo, "el danzón primero cobró fuerzas en los barrios extramuros que rodeaban Veracruz –entre ellos La Huaca— para después ganarse el ánimo de los habitantes de la ciudad fortificada. Sus iniciados fueron, por lo mismo, pescadores, tabacaleros y campesinos", *ibid*. p.39. A México DF la contradanza habría llegado a finales del siglo XIX con buena aceptación por parte de la élite porfirista que la incorporó a sus fiestas. Por su parte, el danzón habría empezado a conocerse en la capital mexicana a principios del siglo XX y fue aceptado rápidamente, al igual que en Veracruz, por el vulgo. Según Ángel Trejo, "su itinerario en el DF fue parecido al que siguió en Veracruz: primero hizo escoleta en piqueras, pulquerías y burdeles; luego ocupó vecindades y barrios pobres; y más tarde sonó en las fiestas de la incipiente clase media del porfiriato". *Ibid*., p. 53.

[5] "Desde finales del siglo (XIX) el traje de charro fue utilizado para uniformar a las Orquestas Típicas denominadas así por el tipo de instrumentos (guitarra, violines, bandolones, salterio, arpa) y por el repertorio musical 'mexicano' que ellos defendían. Una de las primeras de este tipo, fue la Orquesta de Carlos Curti", Jesús Flores y Escalante y Pablo Dueñas Herrera, *Cirilo Marmolejo. Historia del mariachi en la Ciudad de México*, p. 19.

favorita para los bailes y fiestas de la elite o para los bailes organizados por las legaciones extranjeras (si bien algunos valses y contradanzas ya muy conocidos podían ser tocados y bailados en fiestas populares); por su parte, las arias de ópera, las piezas de opereta y zarzuela, eran la música preferida en las tertulias de esa misma élite donde se "mostraban las virtudes poéticas, narrativas y musicales de los asistentes".[6] La música de las "orquestas típicas" era interpretada preferentemente durante actos públicos y ceremonias gubernamentales (inauguraciones de obras, discursos, etcétera) en los cuales se requería un repertorio mexicano con raíz popular, pero suficientemente "fino" para cumplir un doble objetivo: por un lado, no ofender a los miembros de la elite porfirista que asistían a esos actos (o, después, a los de la burocracia que accedió al poder tras la Revolución de 1910-1917) quienes podían sentirse incómodos con interpretaciones demasiado cercanas al populacho; y por otro, mantener un tono nacionalista y de cierta raigambre popular que no fueran por completo ajenos al vulgo cuya presencia era indispensable en esas ceremonias. Las orquestas típicas, entre las cuales destaca notablemente la dirigida por Miguel Lerdo de Tejada, fueron requeridas para actos gubernamentales lo mismo por el régimen porfirista que por los primeros gobiernos revolucionarios en la década de los veinte.

Con el triunfo de la Revolución, México entró en un nuevo contexto político, económico, social y cultural. Uno de los principales objetivos del proyecto impulsado por los regímenes revolucionarios fue el estímulo al desarrollo de sectores medios de la población. La pequeña burguesía que asume el gobierno a partir de 1920 trata de encabezar un proyecto a la vez "nacionalista y moderno": nacionalista en lo educativo, lo artístico y lo cultural; y moderno en lo económico. Los efectos de su aplicación alcanzan rápidamente a la capital del país donde se multiplican la industria, el comercio, la creación de instituciones educativas y, en consecuencia, las posibilidades de acceso a la educación y al empleo. La Ciudad de México consolida su presencia como centro cultural y económico del país. Debido a ello la inmigración durante los años veinte alcanza niveles

[6] Simón Jara Gámez, *op.cit*., p. 40.

impresionantes: en 1900 la capital del país tenía 344 721 habitantes; para 1910 subió a 471 086; en 1921 creció a 615 367, y en 1930 el número se "disparó" hasta 1 029 068 personas.[7] De acuerdo con estas cifras, el incremento porcentual de la población en la Ciudad de México fue el siguiente en ese periodo: de 1900 a 1910 creció 36%, de 1910 a 1921 subió 30% y de 1921 a 1930 registró un aumento de 67%. La magnitud en el crecimiento poblacional de la Ciudad de México en la década de los veinte adquiere sentido si se le compara con los porcentajes de incremento que tuvo la población total del país en los años indicados: en 1900, la república mexicana tenía 13 607 272 habitantes cifra que creció a 15 160 389 en 1910, lo cual representó un incremento de (11%); para 1921, como resultado de la lucha revolucionaria, la población se había reducido a 14 334 780 (un decremento de --6% en relación a 1910) y en 1930 llegó a 16 552 722 (9% de incremento)[8]. La Ciudad de México crecía de manera impresionante.

CUADRO 1. COMPARATIVO DE INCREMENTO POBLACIONAL ENTRE MÉXICO DF Y LA REPÚBLICA MEXICANA

Década	México DF (Habitantes)	República Mexicana (Habitantes)
1900	344 721	13 607 272
1910	471 086	15 160 389
Incremento	36%	11%
1910	471 086	15 160 389
1921	615 367	14 334 780
Incremento	30%	-- 6%
1921	615 367	14 334 780
1930	1 029 068	16 552 722
Incremento	67%	9%

Fuente: Elaborado a partir de los censos generales de población correspondientes a los años mencionados, citados en Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), *Estadísticas Históricas de México*, tomo I, p. 24.

Con una población en aumento constante la demanda de servicios se elevó también notablemente. Pero no sólo de servicios urbanos, salud o educación, sino también de cultura y diversión. Así, la ciudad ve multiplicarse en los veinte la oferta de conciertos, cine y obras de teatro, de espectáculos escénicos y deportivos, y también la construcción de sitios para el esparcimiento. Aparecen, por ejemplo, los

---

[7] Datos de los censos generales de población correspondientes a los años mencionados. Citados en Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), *Estadísticas Históricas de México*, tomo I, p. 24.

[8] *Ibid*., p. 9.

primeros salones de baile: el *México* (1920), el *Estambul* (1921), el *Colonia* (1922) el *Smyrna Club* (1927), el *Agua Azul* (1927) y *El Pirata* (1928), entre otros, donde se interpretan nuevos géneros musicales, casi todos provenientes del extranjero: el tango,[9] el *fox trot*, el danzón, la habanera. Y aparecen también lugares de diversión "híbrida" con una oferta doble: las salas cinematográficas en las cuales se pueden mirar películas "mudas" con el acompañamiento de música interpretada en piano y al término de ellas bailar en el *dancing hall*, una pista de baile con orquesta, acondicionada en el vestíbulo de los cines.

---

[9] Género de carácter popular y urbano, originado en el ambiente de los arrabales y la vida nocturna de Buenos Aires, el tango encontró adeptos de manera casi natural en la Ciudad de México desde principios de los años veinte. Con una raíz europea, la contradanza, y una local, la milonga rural, desarrollada en Argentina y Uruguay en la primera mitad del siglo XIX, el tango fue desarrollándose a lo largo de esa centuria a través de la mixtura de estos dos ritmos con otros provenientes de diversos lugares del mundo y de la propia nación argentina, por ejemplo, la polca y la mazurca, de Europa central, la habanera, de Cuba, así como la milonga urbana y el candombe (de origen negro). Hacia 1890, el tango ya era un género autónomo, con características propias, tanto en la parte musical como en la coreográfica. Debido al intenso tráfico internacional entre el puerto de Buenos Aires y Europa, esta música fue conocida rápidamente al otro lado del Atlántico, especialmente en Francia donde se le adoptó dentro del ambiente "bohemio" de París en la primera década del siglo XX. No se dispone de datos precisos acerca del año en que habría llegado a México, pero sin duda ocurrió en la segunda década del siglo pasado, pues para principios de los años veinte, músicos mexicanos habían compuesto tangos. Entre ellos están el militar y músico neoleonés, Belisario de Jesús García, con "Tango encantador" y "Tango negro", y el célebre Ignacio Fernández Esperón, *Tata Nacho*, con "Tú y yo". Algunas versiones señalan al guitarrista Fausto Lazcano como probable introductor del tango en México (Lazcano interpretaba tangos desde principios de los años veinte y hacia 1932 formó el grupo "Los Gauchos de los Ponchos Verdes" con otros tres músicos mexicanos: José de la Vega, Miguel Bermejo y Manuel Esperón).

A partir de 1926, al llegar a México los primeros discos de Carlos Gardel como solista (antes cantaba en un dueto con José Razzano) contribuyeron a popularizar el tango en México. En el segundo lustro de los años veinte, otros músicos mexicanos, como María Grever ("Devuélveme tus besos" y "Todo por ti") y Alfonso Esparza Oteo ("Pecadora" y "La huerfanita"), compusieron nuevos tangos. Para esa época, la coreografía básica ya era conocida en la Ciudad de México y en los salones de baile se hacían concursos donde los bailadores "gambeteaban" con peculiar estilo. Pero, sin duda, el impulso definitivo al tango en México ocurre en los años treinta cuando Agustín Lara, ya convertido en *superestrella* de la XEW, compone tangos como "Arráncame la vida" y "Carita de cielo" que, interpretados por Juan Arvizu (quien había cantado algunos tangos desde 1925 en la XEB), se difundieron en toda la república. En esa década, el tango ingresa a los repertorios de cantantes como Alfonso Ortiz Tirado, Luis G. Roldán, Emilio Tuero e incluso Fernando Fernández y comienzan a llegar a México tanguistas bonaerenses como el "Trío Argentino" y Carlos Espaventa. Para los años cuarenta, la radio mexicana trae desde Argentina a grandes figuras del tango: Andrés "Che" Falgás, "La Voz de Buenos Aires" (XEOY, Radio Mil, en 1943); Amanda Ledesma, quien hizo en 1944 la serie "Melodías del Plata" en XEW; el dueto integrado por el célebre Enrique Santos Discépolo y Tania "La Emperatriz del Tango" (1944, en XEW); Hugo del Carril (XEW y XEQ ese mismo año), Mercedes Simone (XEW, 1945) y Libertad Lamarque (1947). Datos de Jorge "Che" Sareli, *Tango música sin fronteras*, pp. 43-72.

El público demandante de esta oferta es peculiar. Se compone, en parte, por quienes, originarios de la ciudad o llegados a ella desde otras ciudades del país, tienen ya una forma de vida urbana y, en general, un grado de instrucción alto: son empleados, estudiantes, comerciantes, profesionistas, técnicos. Pero se compone también por inmigrantes que provienen de zonas rurales y aspiran a integrarse a la vida urbana. Algunos lo harán como obreros, otros y otras como criados o sirvientas, varios más como albañiles o ejecutantes de oficios diversos:

> En 1921, la ciudad de México tenía un poco más de 600 mil habitantes. (En ella) se confrontaba la presencia de los sombreros de petate con la de los "carretes", de expresión juvenil y moda elegante. Las carteleras teatrales anunciaban a Esperanza Iris en operetas, y a María Conesa, Lupe Rivas Cacho, Lupe Vélez y Celia Montalbán en revistas político-musicales. También se veía la propaganda de los *dancing halls* --vestíbulos— de los cines, como el Goya, el Colonial, el Coloso, el Isabel, el Odeón, el Alarcón, el Majestic, el Lux, el Monumental, el Máximo, el Teresa y el Mundial. En todos estos lugares había desde concursos hasta bailes de resistencia, con los géneros de *fox trot*, *charleston*, *one step*, danzón y tango.[10]

A pesar de la diversidad de su origen hay en los habitantes de la ciudad, especialmente en sus jóvenes, un punto en común: todos quieren ser parte de una vida urbana, desarrollarse en una ciudad cada vez más grande y moderna. Pero hay también nostalgias, añoranza por la "patria chica", por el lugar de origen, por la vida y los afectos que debieron abandonarse al migrar a la ciudad. Ambos factores marcarán en buena medida la vida cotidiana en la capital mexicana, los gustos estéticos de sus habitantes, sus formas de diversión y, como habremos de ver enseguida, tendrán consecuencias directas en el tipo de música consumido por aquellos y difundido por la radio.

1.2. *Transmisiones pioneras*

Como se expuso más arriba, a partir de los años veinte se añadieron al espectro musical de la capital mexicana géneros provenientes de diversos países. Algunos de ellos, como el tango, de Argentina, o ritmos cubanos como el danzón, el bolero y la habanera, ya tenían presencia en el país y en la Ciudad de México desde la década anterior o incluso, en el caso de la música cubana, desde principios del siglo. Pero otros, específicamente los originarios de Estados Unidos, llegan al país en los años veinte y deben su aceptación en gran medida al afán de modernidad y

---

[10] Simón Jara Gámez, *op cit*., p. 63.

cosmopolitismo que vive la ciudad en esos años. Se trata de *jazz* y de *blues* en su modalidad "blanca",[11] del *charleston*, el *fox trot* y el *one step*.

Todos estos ritmos se tocan en cabarets, prostíbulos (donde las meretrices bailan con los clientes), salones de baile y en las funciones de las salas cinematográficas mediante la ejecución de pianistas, así como en las pistas de baile instaladas en el vestíbulo de los cines (*dancing halls*). Adicionalmente, y como única aportación de origen mexicano, la oferta musical citadina incluye a la música de mariachi cuyo primer exponente, el *Mariachi Coculense de Cirilo Marmolejo*, llegó a la Ciudad de México en 1919.[12] Sin embargo, salvo algunas excepciones, estos géneros no estarán presentes en las primeras transmisiones radiofónicas, efectuadas en los años veinte.

Al producirse las transmisiones pioneras en la Ciudad de México, se realiza una selección de géneros musicales por parte de quienes inician esta actividad que son, en su mayoría, jóvenes con estudios superiores en áreas como la ingeniería y la medicina. La inclinación musical de los radiodifusores pioneros se dirige hacia el género llamado "clásico", en especial la música compuesta para piano y guitarra –que además facilita la transmisión de conciertos y presentaciones de músicos en las rudimentarias emisoras--, así como a las canciones napolitanas, arias de ópera y piezas de zarzuela y opereta, es decir, la música en boga durante las dos primeras décadas del siglo XX; música consumida y cultivada en las tertulias de la élite porfirista, cuya influencia es aún notable en la pequeña burguesía ilustrada durante los años veinte. Ese gusto musical puede percibirse en los programas inaugurales y las hojas de programación de las primeras emisoras durante la década 1921-1930, el periodo inicial de la radio en México.

---

[11] Como es ampliamente conocido, el *jazz* y el *blues* tienen su origen en la cultura negra de Estados Unidos, sin embargo una vez en contacto con la industria discográfica y radiofónica, comenzaron a ser interpretados por orquestas que intentaron darles un matiz más "accesible" para el gran público, fundamentalmente el "no negro". En muchos casos, esas orquestas eran dirigidas por músicos de raza blanca que solían, por ejemplo, "limar las asperezas" del *blues* --canto vinculado con el sufrimiento y la pobreza--, al grado de convertirlo en ritmo bailable.

[12] Jesús Flores y Escalante y Pablo Dueñas Herrera, *op.cit*.

En la que se considera primera transmisión de radio en la Ciudad de México, la realizada el 27 de septiembre de 1921 por el médico Adolfo Enrique Gómez Fernández y su hermano Pedro, en la planta baja del Teatro Ideal, se incluyó un breve programa musical integrado por dos canciones: *Vorrei*, de Paolo Tosti, interpretada por el tenor José Mojica, quien poco tiempo después se convertiría en estrella del espectáculo mexicano y latinoamericano, y *Tango Negro*, composición del mexicano Belisario de Jesús García, cantada por la niña María de los Ángeles Gómez Camacho, hija de Adolfo Enrique Gómez Fernández.[13]

Otra estación inaugurada en esos años, la CYL, propiedad del empresario Raúl Azcárraga, dueño de la tienda de artículos electrónicos La Casa del Radio, incluyó en su primera transmisión, efectuada el 8 de mayo de 1923 a las 20 horas, desde su domicilio en Avenida Juárez 62, un elenco de lujo integrado en la parte musical por el célebre guitarrista español Andrés Segovia, el compositor mexicano Manuel M. Ponce, el pianista Manuel Barajas y la diva Celia Montalbán. Salvo el caso de esta última, quien era estrella del teatro de revista, los participantes en la transmisión eran músicos de alta escuela con estudios, en el caso de Ponce y Barajas, tanto en nuestro país como en Europa.[14]

El caso de la "Estación de El Buen Tono", la emisora que hoy conocemos como XEB y en el segundo lustro de los veinte era identificada como CYB, es curioso. En su programa inaugural, esta emisora, propiedad de la fábrica de cigarrillos El Buen Tono, de capital francés, no incluyó "música clásica", pero tampoco música mexicana popular ni ritmos cubanos o estadounidenses que, como hemos visto, empezaban a estar en boga durante los años veinte. La primera transmisión de la CYB, el sábado 15 de septiembre de 1923, incluyó un programa musical diseñado por el médico de origen asturiano Antonio Martínez Cuétara, quien fue invitado para tal efecto por el gerente de la emisora José J. Reynoso. El programa estuvo

---

[13] La emisora de los hermanos Gómez Fernández se mantuvo al aire desde el 27 de septiembre de 1921 hasta enero de 1922. Transmitía únicamente los sábados y domingos de las 20 a las 21 horas con 20 watts de potencia.

[14] La CYL funcionó en sociedad con el diario *El Universal* motivo por el cual se le conoció como la emisora de "El Universal-La Casa del Radio". Aunque su transmisión inaugural se realizó con una potencia de 50 watts, el 18 de septiembre de 1923 estrenó una planta transmisora de 500 watts con la que operó hasta su cierre, en 1928.

integrado por música asturiana en arreglos para coro y dio inicio a las 20.30 horas. Comenzó la sesión el *Coro Astur,* dirigido por el maestro Luis Callejo, luego hubo una "audición de gaita" a cargo de Manuel Pérez *Manolín*, enseguida un bloque de canciones asturianas en la interpretación de Ramonín Rionda y cerró el *Coro Astur*.[15]

Sin embargo, en tres conciertos sucesivos, los días 18, 21 y 27 de septiembre de 1923, la CYB amplió su oferta musical. En la transmisión del día 18 –que se considera su inauguración oficial--, iniciada a las 7 de la noche, predominó la música de cámara con el Trío Uranga, "recientemente llegado de Sudamérica", que interpretó "su más selecto repertorio". El grupo estaba integrado por "el famoso violinista concertino Lauro Uranga, de 19 años de edad, la notable pianista concertina Celia Uranga, de 9 años de edad y el admirable concertista y compositor, Lauro G. Uranga". Los Uranga tocaron piezas como trío y como solistas. Completaron el programa "las célebres tonadilleras españolas Adelina y Angelita Iris".[16] En el concierto del 21 de septiembre, transmitido de 8 a 10 de la noche, se interpretaron 20 números musicales a cargo de diversos cantantes inclinados hacia el *bel canto* y un cuarteto de cámara. Finalmente, en el del 27 de septiembre, llamado "Jueves Mexicano", se presentaron el profesor de declamación José B. Sánchez, quien recitó "La Chacha Micaela", la soprano María Salas Bonilla, la violinista Gilda Mayer, el violinista José Ochoa, el barítono José A. Ruiz, el tenor Luis Manterola, el bajo José Palacios Ochoa, el barítono Mariano Ramírez, el pianista Santos Carlos y los guitarristas Heriberto Lazcano y Trinidad Posada. Además, participó el dueto de trovadores yucatecos Pérez y Salazar, y la *jazz band* Olimpia, integrada "por los profesores Benjamín Martínez, Carlos Pacheco, Luis Estrada, Luis Arriola, Rubén Ochoa y Enrique Escalante.[17]

Posteriormente, ya en sus transmisiones regulares, la CYB difundió preferentemente música "clásica" y "semiclásica", además de música mexicana "fina", en programas diseñados por el pianista Manuel Barajas,[18] quien fue

---

[15] Felipe Gálvez Cansino, *Los Felices del Alba*, p. 202.
[16] *Excélsior*, 18 de septiembre de 1923, segunda sección, p. 1, y 19 de septiembre de 1923, segunda sección, p. 1.
[17] *Excélsior*, 28 de septiembre de 1923, primera sección, p. 51.
[18] Además de músico destacado, el maestro Manuel Barajas fue autor de uno de los primeros textos acerca de la radio mexicana: *Bosquejo Histórico de la Radiodifusión en México: su influencia*

designado director artístico de la estación. La llamada “música clásica” era, en esa época, la dueña del cuadrante radiofónico.

Pero no sólo las transmisiones de radio pioneras en la Ciudad de México tuvieron la característica de tocar música que recordaba en cierta forma la época porfiriana y de hacer a un lado la música que empezaba a estar en boga dentro de los sectores populares urbanos. También la primera transmisión llevada a cabo en la ciudad de Monterrey por el ingeniero Constantino de Tárnava tuvo esa cualidad. Realizada el 9 de octubre de 1921, esta transmisión tuvo como fuente inspiradora las tertulias musical-literarias que se hacían a finales del siglo XIX y principios del XX en diversas ciudades del país. El elenco de aquella noche estuvo integrado por la soprano de 14 años María Ytirria, las señoras Sierra de Barragán, y de St. John Clerke, ambas pianistas, el señor Carlos Pérez Maldonado, también pianista, el declamador Eudoxio Villarreal y el tenor Aubrey Saint John Clerke.[19] La presentación del programa y las funciones de locutor estuvieron a cargo del propio Constantino De Tárnava.

Los datos anteriores hacen evidente que los pioneros de la radio mexicana, en su mayoría profesionistas o técnicos con alta escolaridad, profesaron gustos estéticos inclinados hacia la música clásica o a las interpretaciones “académicas” de géneros populares. De ahí que en el primer lustro de los años veinte las transmisiones radiofónicas incluyeran como principal oferta musical piezas para piano o guitarra, arias de opera y canciones napolitanas o mexicanas, interpretadas por músicos con formación académica, por ejemplo pianistas, guitarristas, o bien tenores y sopranos, algunos afamados, como Manuel M. Ponce, Andrés Segovia, José Mojica o Manuel Barajas. El caso de este último es interesante: pianista y crítico musical, Barajas fue director artístico de la CYB (luego XEB) en 1923 y de la CYS, posteriormente XEN, emisora instalada por la

---

en la educación del pueblo y su importancia como fuente de trabajo, ed. Cultura, México 1936.

[19] La transmisión encabezada por Constantino de Tárnava se efectuó a las 22.30 horas con una potencia de con 50 watts. La estación fundada por él se transformaría al paso del tiempo en la CYH y luego en la XEH, una de las emisoras más importantes de Monterrey. Véase “Inicios de la radiodifusión en México y Latinoamérica”, www.geocities.com/familiatarnava.

empresa *General Electric*, en 1925.[20] Siempre pugnó porque la radio fuera un vehículo para la "difusión cultural" y la "educación popular", y a partir de ese objetivo construyó la programación musical de las emisoras que estuvieron bajo su responsabilidad. En 1936, ya relegado de la actividad radiofónica debido a la consolidación de la radio comercial a principios de esa década, Barajas, lamentaba el desplazamiento que "la buena música" había sufrido en la radio y su reemplazo por géneros y ejecutantes "del peor gusto estético". En una célebre conferencia, pronunciada en el Anfiteatro Bolívar de la UNAM, proponía a la Secretaría de Educación Pública crear un Consejo de Radiodifusión que tuviera entre sus funciones promover la ejecución de "buena música" en las emisoras:

> Para apoyar la educación artística del pueblo, el Consejo exigiría de las estaciones radiodifusoras comerciales que cooperen a las funciones educacionales; que las obras musicales por ejecutar vayan precedidas de cortas explicaciones sobre apreciación musical histórica, cultural e ilustrativa, fomentando por éste y todos los medios, la inclinación por la buena música. [21]

2. Los años treinta: radio y música comerciales

2.1. *Negocio, no broma*

Pero la lucha de Manuel Barajas no sólo fue en el sentido de que la radio se utilizara para "apoyar la educación artística del pueblo", sino también para que a los músicos que actuaban en las transmisiones se les pagara un sueldo por su trabajo. Si bien la radio fue en su primer lustro de vida una actividad básicamente experimental, impulsada por jóvenes ávidos de penetrar en un nuevo y fascinante mundo, en la segunda mitad de los años veinte varias empresas y empresarios se interesaron en participar dentro de la actividad radiofónica con fines de lucro, aunque no siempre estaban dispuestos a pagar, o a pagar decorosamente, a la fuerza de trabajo que empleaban. Como hemos visto en párrafos anteriores, empresas como la cigarrera *El Buen Tono*, el periódico *El Universal*, la tienda de artículos electrónicos *La Casa del Ra*dio, así como la importante compañía *General Electric* habían participado en la instalación de estaciones entre 1923 y 1925, pero, aparte de ellas, existían

---

[20] Esta emisora habría de convertirse, a partir del 5 de febrero de 1930 en *Radio Mundial*, estación dedicada exclusivamente a la emisión de noticias. Dirigida por el periodista y miembro del Constituyente de 1917, Félix F. Palavicini, la estación operó con el formato de "radio noticias" hasta el final de ese año.

[21] Manuel Barajas, *op.cit*. p. 25.

empresas que sin pretender tomar parte en la radiodifusión como negocio directo, sí estaban interesadas en difundir sus productos o servicios a través de anuncios comerciales o el patrocinio de conciertos. De ahí que a mediados de los años veinte algunos músicos y cantantes comenzaran a exigir pago por sus actuaciones en radio al observar que las radiodifusoras obtenían ingresos con los programas en que ellos participaban. En 1925, se transmitió el primer programa radiofónico en donde los intérpretes musicales que tomaron parte recibieron pago por su actuación:

> La estación que por primera vez pagó a los artistas fue la CYJ en un programa (transmitido en 1925) patrocinado por RCA Víctor, cuyo costo, por una hora, era apenas de $250.00. En él actuaban los maestros Mario Talavera y Alfonso Esparza Oteo y los cantantes María Teresa Santillán, Pedro Vargas y Francisco P. Yánez, con sueldos de $10.00.[22]

A pesar de que el número de radiodifusoras era todavía escaso (en 1926 existían 16 estaciones en toda la república), el potencial de la radio como instrumento comercial ya era percibido claramente por varios empresarios. Existía la convicción de que en poco tiempo la radio sería un gran negocio, sin embargo, aún no lo era y ello comenzó a generar conflictos entre los incipientes empresarios radiofónicos y el gremio de los músicos. Los primeros querían producir programas a un costo muy bajo, mientras que los segundos exigían el pago por sus servicios, pues entendían que su participación era fundamental en la nueva actividad. Las emisoras, según reportaba en 1924 la revista *Antena*, primera publicación especializada en radio que hubo en México, se resistían a pagar el trabajo de los intérpretes musicales con el argumento de que ellas “no recibían un centavo por los conciertos (que transmitían) y tampoco podían pagarlo”;[23] incluso consideraban justo que músicos y cantantes intervinieran gratuitamente en las transmisiones, pues la promoción que obtenían era un pago suficiente por su participación.[24] Tal discordancia de criterios ocasionó que en 1924 el Sindicato de Filarmónicos prohibiera a sus agremiados tomar parte en los conciertos “sin cobrar los honorarios correspondientes” y fijó una cuota mínima de 15 pesos como salario por la participación en un concierto.

---

[22] “De la galena a la TV”, en *Tiempo*, 30 de enero de 1953.
[23] *Antena*, no. 1, julio de 1924, p. 18.
[24] *Ibidem*.

De inmediato, el pianista Manuel Barajas, cuya participación destacada en los primeros años de la radio en México ya hemos relatado, dio su apoyo al sindicato de músicos: "El artista –declaró a la revista *Antena*— necesita vivir de algo más efectivo que las ilusiones; justo es que su trabajo sea ampliamente remunerado".[25] Y en el mismo sentido se pronunció el célebre Miguel Lerdo de Tejada, director de la Orquesta Típica de la Ciudad de México:

> Yo creo que para los que principian, para los muchachos que todavía no tienen renombre, resulta ventajoso el anuncio que se les hace cuando toman parte en los conciertos de las estaciones transmisoras; pero (...) para los músicos profesionales, los que trabajan para vivir, no es lo mismo. Ellos ya no necesitan de reclamo o lo necesitan menos que los otros. Lo que necesitan es dinero. Y si no se les paga por tocar no deben de hacerlo. En esto estoy totalmente de acuerdo con el Sindicato de Filarmónicos. Además debe tenerse en cuenta que se ha fijado una cuota mínima –quince pesos-- por concierto. De este modo, con tres o cuatro músicos, pagados a quince pesos cada uno, podrán tener los números suficientes. No me parece que sea un gasto excesivo.[26]

Así, con una radio "semiprofesional", llegó el año de 1930, parteaguas en muchos sentidos en la historia radiofónica de México. Aunque ya la XEB (antes CYB) funcionaba con parámetros profesionales gracias a la adscripción de la emisora a la fábrica cigarrera El Buen Tono, es hasta el surgimiento de la XEW, fundada el 18 de septiembre de 1930, cuando se inicia propiamente la etapa industrial de la radio en México.

La XEW fue la primera estación en poseer una combinación casi perfecta de elementos que le permitió consolidarse como la radiodifusora más importante de la Ciudad de México, de la república e incluso de América Latina. Esos elementos fueron: 1) recursos económicos abundantes para invertir en la radio; 2) contactos y vínculos con productores de aparatos electrónicos para promover el consumo masivo de radiorreceptores; 3) una organización administrativa moderna para hacer de la radio un negocio altamente lucrativo. Además, su propietario, Emilio Azcárraga Vidaurreta, tenía la firme determinación de construir un emporio radiofónico. A finales de los años veinte, según el testimonio del general Guillermo Garza Ramos, uno de los pioneros de la radiodifusión en México, Emilio Azcárraga, después de observar el

---

[25] *Ibidem*.
[26] *Ibidem.*

funcionamiento de la radio en nuestro país y de efectuar un viaje por Estados Unidos para estudiar la industria radiofónica de aquella nación, comentó lo siguiente a un grupo de radiodifusores, varios de los cuales, como se ha expuesto en este capítulo, eran muy jóvenes y veían a la radio con ánimo de experimentación o como un vehículo de difusión cultural: "Bien muchachitos, ya se han divertido con este juguetito. Ahora va en serio, yo no tengo deseos de jugar, sino de hacer negocios".[27]

Es muy conocida la relación que a partir de los años veinte mantuvo Emilio Azcárraga Vidaurreta con la importante empresa fabricante de aparatos electrónicos Victor (posteriormente RCA Victor), a través de la empresa Mexico Music Co., de la que el propietario de la XEW era también dueño y a través de la cual distribuía en el territorio mexicano productos de la mencionada compañía estadounidense. Azcárraga tenía muy claro que la única forma en que la radio podría ser gran negocio en México era propiciar que su "consumo" se convirtiera en una necesidad para la población. La radio sólo podía ser negocio si cada hogar, de ser posible, tenía un aparato receptor, es decir, si el consumo de la radio era masivo. Había, por lo tanto, que vender aparatos de radio, pero la gente sólo se interesaría en comprarlos si tenía un motivo realmente poderoso para adquirirlos. La población debía encontrar algo atractivo en la radio y Azcárraga tenía muy claro que eso era más probable conseguirlo con una programación inclinada al entretenimiento y el espectáculo que con una dirigida preponderantemente hacia la educación y la "cultura formal". Sólo una radio de consumo realmente masivo podía atraer a una cantidad suficiente de anunciantes para cubrir costos y obtener ganancias. Amado C. Guzmán, director artístico de la XEW en los años treinta y cuarenta, relató años después la estrategia seguida por Azcárraga para impulsar a la radio industrial en México a partir de 1930:

---

[27] Citado por Felipe Gálvez Cansino, en *Los felices del alba*, p. 22. El general Garza Ramos –capitán en la década de los veinte-- formó parte de un destacado equipo de técnicos integrado por el ingeniero José de la Herrán, el coronel José Fernando Ramírez y por él mismo, que tuvo a su cargo la puesta en funcionamiento de varias de las primeras radiodifusoras en México. Este equipo, que comenzó a experimentar con la radio en 1922 en la calle de El Relox (hoy República de Argentina), instaló en 1922 la emisora JH de la Secretaría de Guerra y Marina, y en 1923 la CYB de El Buen Tono.

> El señor Azcárraga tuvo la idea de que si se quería vender radios, la mejor forma era dar al público razón y necesidad para comprarlos. Fue ésa la idea primordial de la creación de la XEW.[28]

Pero quizá el mayor acierto de Azcárraga como impulsor de la radio industrial haya sido encontrar la fórmula para construir un *star system*[29] nacional a cuya fascinación pocos pudieron escapar. De esta manera, a principios de los años treinta, adquirir un aparato de radio y escuchar los programas estelares de la XEW se convirtió en aspiración importante para un sector de la población. El hecho de crear un "sistema de estrellas" que logró tener gran arraigo popular constituyó, sin duda, un elemento fundamental para el éxito de la W. Sin embargo, sería injusto ver en la constitución de la XEW y en general de la radio comercial solamente un fenómeno económico o de negocio; la expansión acelerada de la radio como consecuencia de su desarrollo industrial representó también un fenómeno cultural de la mayor importancia. Para el gran compositor Vicente Garrido, que en 1930 tenía seis años, la radio representó la posibilidad de escuchar en el hogar una enorme cantidad de música producida y acumulada durante muchos años en diversos lugares del país; la radio de los años treinta permitió, según Garrido, concentrar en su programación música, compositores e intérpretes que hubiera sido imposible oír juntos de otra manera, pues para hacerlo habría sido necesario realizar varios viajes en la geografía y en el tiempo:

> Recuerdo que las familias se reunían con mucho entusiasmo a oír música por radio. Sí, por los treinta empieza la radio comercial todo el día con Agustín Lara, Toña la Negra, bueno, imagínese aquella locura... con los discos lanzando toda esa música acumulada durante tantos años, tanta música archivada y, de repente, la radio que la pone ahí en tu casa, y los grandes compositores comienzan a difundirse en grande de la manera más fácil y sencilla. Igual los intérpretes. No, la locura... Sí, si tiene que haber sido una influencia terrible para nosotros la llegada de la radio y, luego, la llegada del cine sonoro, aquel cine que revivía los éxitos de comedias musicales con Ginger Rogers, Fred Astaire. Imagínese la música bárbara de George Gershwing, Cole Porter, la maravillosa música de los años 30 y 40 entrando a los oídos...[30]

El desarrollo de la radio comercial, pero fundamentalmente la aceptación que ésta iba teniendo por parte del público, contribuyeron a que el sueño del maestro Manuel

---

[28] *Radiolandia* no. 279, 18 de septiembre de ad

[29] El siginifcado que se da en este trabajo al término star system puede verse en el capítulo I.

[30] Entrevista de Félix Contreras a Vicente Garrido en *Memorial* (revista electrónica de sociedad y cultura), en www.memoria.com.mx/161/Contreras.htm. Consulta 30 de mayo de 2003.

Barajas y de otros músicos y pioneros de la radio en el sentido de que este medio de difusión fuera fundamentalmente un vehículo para "la educación y la cultura" se desvaneciera. Desde finales de los años veinte, la música popular-comercial había comenzado a ganar presencia en la radio, y así como el sueño vasconcelista de que el pueblo leyera a los clásicos había fracasado, el sueño de que la radio se convirtiera en medio para promover entre la población el gusto por la "buena música", por la "música culta", se esfumó también. A partir del bienio 1927-1928 los géneros populares comenzaron a tener espacios en la radio y a superar paulatinamente, en tiempo de transmisión, a la música de influencia "operística" o emparentada con la música de cámara. Para esos años, músicos, compositores o cantantes forjados en prostíbulos o salones de baile, en el teatro de revista o simplemente en las calles (por ejemplo, los grupos de mariachi que deambulaban por la capital desde el inicio de los años veinte)[31] y cuya música era conocida en diferentes ámbitos de la ciudad empezaron a tener presencia en la radio; una radio que había dejado atrás la época experimental y, como hemos visto, ya se planteaba objetivos comerciales y aspiraba a ser negocio.

A finales de los años veinte, por ejemplo, Agustín Lara era ya un compositor que había dejado atrás su etapa prostibularia y "cantinera", y gozaba de prestigio en ámbitos alejados del *underground*, como el teatro de revista y las grabaciones musicales. Su canción *Imposible* era un éxito en la versión del Trío Garnica Ascencio, circulaba profusamente en ediciones impresas e incluso había sido grabada por ese grupo en 1927. Intérpretes famosos en ese momento, como Maruca

---

[31] El caso del Mariachi de Cirilo Marmolejo ejemplifica la manera en que los grupos callejeros iban ganando espacios en la ciudad, pero también cómo la música jalisciense fue integrándose a la vida cotidiana de la Ciudad de México. Según los historiadores de la música popular en México, Jesús Flores y Escalante y Pablo Dueñas, Cirilo Marmolejo contó con el apoyo del doctor Luis Rodríguez y de Rafael Zurbarán Capmany, funcionarios del gobierno de Álvaro Obregón, quienes eran entusiastas "de los sones abajeños y las melodías campiranas" que interpretaba ese mariachi y con frecuencia lo invitaban a amenizar fiestas y banquetes a los cuales acudía el presidente. Ambos funcionarios recomendaban al Mariachi Marmolejo con amigos dueños de cantinas y restaurantes. Así fueron obteniendo trabajos en "tívolis", cines, cabarets, teatros y sobre todo en la zona prostibularia y de vida nocturna ubicada entre La Mariscala y la Plaza Jardín (hoy Plaza Garibaldi) y Santa María la Redonda, plena de restorancitos, teatros improvisados en carpas, puestos de comida, salones de baile (como el Salón México) donde tocaban para un público de trasnochadores, prostitutas y "padrotes". Así, la ciudad fue recibiendo músicos inmigrantes de diversos estados de la república e integrando a su vida cotidiana nuevas formas musicales. Véase Jesús Flores y Escalante y Pablo Dueñas Herrera, *op.cit.*, p.p. 13-17.

Pérez, Ana María Fernández y Juan Arvizu cantaban las melodías de Lara y las hacían famosas. Asimismo, grupos como el Mariachi de Cirilo Marmolejo, al que se considera primero en haber llegado al Distrito Federal, también había hecho grabaciones para la compañía Víctor en 1926. De esta manera, se fueron formando, de 1927 a 1930, un elenco y un repertorio musicales que marcarían a la radio en los años treinta.

El repertorio con el que la radio comercial iniciaría su impresionante despegue a finales de los años veinte y especialmente a partir de 1930 con la inauguración de la XEW estaba integrado por boleros,[32] canciones de autores mexicanos escritas o arregladas a ritmo de *fox trot*, *blues* o de habanera, música mexicana de matiz "rural", por ejemplo sones abajeños interpretada por mariachis o grupos de dotación pequeña (generalmente arpa, vihuela, guitarra y salterio), tríos que interpretaban canciones rancheras o acompañaban a cantantes solistas, y piezas instrumentales tocadas por orquestas o grupos musicales en ritmos estadounidenses (*fox*, *one step*,

---

[32] En general la bibliografía sobre el origen del bolero coincide en ubicar sus antecedentes en España donde un baile popular con ese nombre tuvo auge en el siglo XVIII, especialmente en el sur de ese país, en la actual región de Andalucía. Se trataba, por lo tanto, de una música con gran influencia gitana y "moruna" que se tocaba con guitarra, cajones de madera para hacer percusión y palmas para marcar el ritmo. El bolero habría llegado a México y Cuba hacia 1790, pero fue en la isla donde comenzó a modificarse durante el siglo XIX hasta dar origen a un nuevo género musical que, sin perder su característica bailable (la cual había mezclado ya con ritmos cubanos como la guajira y el son) incorporaba letra para convertirse en canción. El desarrollo del bolero cubano se dio especialmente en la provincia de Santiago hacia 1885 con compositores como José *Pepe* Sánchez, Nene Manfugas, Leopoldo Jacobo Ruvalcaba y Eulalio Lamonta.

A principios del siglo XX, comenzaron a oírse en México los primeros boleros traídos por compañías musicales y teatrales cubanas que diseminaron boleros por Yucatán, Veracruz, Campeche, Tabasco e incluso Tamaulipas. El género ganó aceptación especialmente en Yucatán donde en los dos primeros lustros del siglo XX fue creándose un movimiento musical con canciones que aún mezclaban elementos de bolero con otros ritmos como el bambuco, la guajira y "un puntico de son". La Revolución de 1910-1917 obstaculizó la rápida diseminación del bolero en el resto del territorio mexicano, más allá de la región del sureste. Según Pablo Dueñas (Bolero, historia gráfica y documental, México, 2005), el primer bolero mexicano que ganó popularidad fue "Morenita mía" de Armando Villarreal Lozano, publicado en 1921. En el segundo lustro de los años veinte, el bolero se convirtió en uno de los géneros de música popular con mayor aceptación en la Ciudad de México. A ese auge contribuyó, sin duda, Agustín Lara quien dio a conocer en esa época varios de sus mejores boleros, como el célebre *Imposible*. Con Lara, el bolero adquirió una nueva característica: aun cuando la temática del bolero es siempre amorosa, el bolero cubano y el yucateco "olían" todavía a tierra campesina o a ciudad pequeña, mientras que los boleros de Lara eran completamente urbanos por el lenguaje y los escenarios donde se interpretaban. Durante los años treinta y cuarenta, el bolero urbano mexicano alcanzaría una influencia notable en toda América Latina, incluida Cuba cuyos boleristas renunciaron al viejo bolero santiaguero para adoptar el estilo mexicano que alcanzaría su punto culminante de difusión internacional en los años cuarenta con la ayuda de la industria discográfica y de la radio.

charleston, *jazz* o *blues*) o cubanos (conga, rumba, habanera, guajira). Igualmente, la trova yucateca empezaba a hacerse presente en la capital del país y el tango era un género muy gustado, especialmente por las grabaciones de Carlos Gardel llegadas a México en la década de los veinte y principios de los treinta.

Aunque la música de matiz operístico tiende a desaparecer de la radio, sus intérpretes se niegan a morir junto con el género en el que se habían formado, de manera que se adaptan a los nuevos tiempos y empiezan a cambiar el aria, la canción napolitana y la "canción mexicana fina" de Manuel M. Ponce o Ricardo Castro por el bolero de Lara o la canción también "fina", pero de temática más moderna y "atrevida", de María Grever. Si se revisa la lista de los cantantes con mayor éxito al principio de la década de los treinta se encontrará en ella a varios intérpretes –tenores, barítonos, sopranos o contraltos-- que tuvieron estudios formales de canto en alguna escuela de música, incluso en el Conservatorio Nacional, pero que al no poder hacer una carrera en la ópera o el *bel canto* giraron su rumbo hacia la música popular-comercial donde encontraron un espacio adecuado para desarrollarse. Surge así una generación de intérpretes cuyo estilo exuberante tiene rotundo éxito en la industria discográfica, que inicia en esos años su proceso de masificación, y, sobre todo, en la radio.[33] Entre esos cantantes, de voz tan engolada como los sobrenombres con que el locutor de la XEW, Pedro De Lille, "rebautiza" a algunos de ellos destacan: José Mojica; Juan Arvizu, "El Tenor de la Voz de Seda"; Alfonso Ortiz Tirado, "El embajador lírico de la canción mexicana"; Pedro Vargas, "El Samurai de la canción"; y Néstor Mesta Chaires.

---

[33] Aunque ya existían grabaciones fonográficas que circulaban en México desde las tres primeras décadas del siglo XX, la mayoría de ellas procedían del extranjero a pesar de contener canciones compuestas por músicos nacionales o interpretadas por cantantes mexicanos. Los primeros estudios de grabación profesionales y la primera fábrica de discos en México se instalaron en México en 1936 y pertenecieron a la empresa Peerles fundada por los señores Eduardo Baptista Covarrubias y Gustavo Klinckwort Noehrenberg. Véase "La primera fábrica de discos en México", *Excélsior*, 2 de noviembre de 1958, citado por Eric Zolov, en *Rebeldes con causa (La contracultura mexicana y la crisis del Estado patriarcal)*, p. 5. Se trataba de una época en la que "los discos importados tenían acaparada la venta total y (sólo) se podían adquirir discos de procedencia extranjera grabados por artistas mexicanos". *Ibidem*.

El programa de inauguración de la XEW, el 18 de septiembre de 1930,[34] es significativo porque constituye una línea divisoria entre la música que se escuchó en la radio de la Ciudad de México durante la mayor parte de los años veinte y la que se escucharía en la década de los treinta. En esa jornada, que se inició a las 8 de la noche y se prolongó hasta la una de la mañana, se escuchó una orquesta típica (la del Cuerpo de Policía, fundada por Miguel Lerdo de Tejada en 1928), pianistas, guitarristas, cantantes de escuela operística pero interpretando boleros, grupos "campiranos" y una contralto, la célebre Josefina *Chacha* Aguilar.

CUADRO 2. PROGRAMA INAUGURAL DE LA XEW
(18 de septiembre de 1930)

Canción	Intérprete	Autor
Marcha de la Alegría	Orquesta Típica de Policía. Director, Miguel Lerdo de Tejada	Loraine
Gavota de Amor	Orquesta Típica de Policia	C. del Castillo
Guajiras	Guitarrista Francisco Salinas	C. Gómez
Rapsodia mexicana	Guitarrista Francisco Salinas	J. Corona
México Bello (1912)	--	Miguel Lerdo de Tejada
Campanas de mi Tierra	Alfonso Ortiz Tirado	Agustín Lara
Mujer	Alfonso Ortiz Tirado	Agustín Lara
Serenata Mexicana	Orquesta Típica de Policía	Manuel M. Ponce
País Azul	Josefina Aguilar	Jorge del Moral
Dame Rosas	Josefina Aguilar	Jorge del Moral
Danzas Típicas	Orquesta Típica de Policía	Miguel Lerdo de Tejada
Tengo un pendiente	Trovadores Tamaulipecos	Miguel Lerdo de Tejada
Sonecitos	Trovadores Tamulipecos	Miguel Lerdo de Tejada
Hacia la cima	Ofelia Euroza	Manuel M. Ponce
Tambourín	Ofelia Euroza	C. del Castillo

Fuente: Reproducido en Jesús Flores y Escalante y Pablo Dueñas, "XEW, 70 aniversario; la catedral de la radio", en *Somos*, no. 199, 1 de septiembre de 2000.

El programa inaugural de la XEW ha sido reproducido en varios libros y revistas, sin embargo, por alguna razón, sólo se cita la "hoja 1", por lo que es necesario recurrir a más fuentes para saber qué otros intérpretes participaron aparte de los incluidos en la mencionada hoja. El día de su inauguración, la "W" publicó en varios diarios un anuncio de plana entera donde se menciona como participantes del programa, además de los ya citados, a Juan Arvizu, Agustín Lara

[34] La XEW comenzó sus operaciones transmitiendo en la frecuencia de 780 kilohertz y con 5 mil watts de potencia.

y Jorge del Moral. Pero, aparte de los cantantes y músicos que fueron incluidos en el programa oficial, tomaron parte otros de menor fama. Estuvieron, por ejemplo, "el dueto de los Cuates Castilla, que cantó el bolero *Criollita*, y la Marimba Tuxtleca de los Indios Foquez, que interpretó valses y canciones chiapanecas. Asimismo, el cuarteto de los Trovadores Tamaulipecos cantó otras dos adicionales a las que tenía asignadas: *La rejega*, un son huasteco y *El toro*, corrido de Lorenzo Barcelata. Al final, el cuarteto Tamaulipeco interpreta el son jalisciense *La negra*, donde lo acompaña, con un solo de violín el maestro, Pascual Viderique".[35]

Para ese momento, como muestra el programa inaugural de la W, las dos corrientes básicas de música popular-comercial que nutrirían a la Ciudad de México durante los años treinta y los cuarenta estaban ya plenamente consolidadas: la música urbana, compuesta casi en su totalidad por mexicanos, pero basada en ritmos extranjeros (cubanos, estadounidenses o sudamericanos) y la música de origen rural o de diferentes ciudades del país, traída a la capital por músicos o compositores que migraban al Distrito Federal, o hecha en la capital del país, pero siguiendo la pauta de ritmos originados en otras zonas de la república.

Aquí es importante señalar lo siguiente: en la Ciudad de México se generaron música y tradiciones musicales amplias y variadas, formas peculiares de disfrutar o de bailar la música, pero nunca se desarrolló un ritmo que fuera "propio" de la ciudad, un ritmo "inventado" en México DF y exportado a otras regiones del país o al extranjero. En la capital mexicana se cantaron, bailaron o modificaron géneros llegados de otros lugares y se compuso música a partir de ellos, pero nunca se creó uno propio. Tal escasez de "música urbana autóctona" en la Ciudad de México ha sorprendido a compositores e interpretes de otros países dada la reconocida capacidad técnica de los ejecutantes mexicanos y la sensibilidad musical de los habitantes del DF. Así lo expuso en alguna ocasión un músico y arreglista cubano:

> Es necesario que en México, donde se cuenta con magníficos ejecutantes, surja un ritmo bailable que sirva de base para ganar popularidad musical mundialmente. Se efectúan concursos de canciones de diferentes tipos pero nunca se ha apoyado

---

[35] Citado por Jesús Flores y Escalante y Pablo Dueñas, "XEW, 70 aniversario; la catedral de la radio", en *Somos*, no. 199, 1 de septiembre de 2000, p. 18.

> un movimiento musical nacionalista bailable, que sirva para hacer frente a la gran cantidad de ritmos y canciones que nos llegan del extranjero... México es un país rico en folklore y en esa especialidad cuenta con infinidad de bailes regionales, pero se trata de crear un ritmo que haga bailar al pueblo en general en los salones de baile.[36]

Para el segundo lustro de los años treinta, la música popular-comercial había desplazado de la programación radiofónica a la “clásica” o “culta”, que sólo conservaba algunos resquicios en el dial. Por eso, músicos de conservatorio y pioneros de la radio, como el mencionado pianista Manuel Barajas, alertaban sobre las consecuencias que tendría “en la educación del pueblo de México” ese desplazamiento para ellos inaceptable. En 1936, la preocupación por el avance en los espacios radiofónicos de lo que en la elite de “músicos cultos” se conocía como “música arrabalera”, llegó al Departamento de Bellas Artes, dependiente de la Secretaría de Educación Pública, donde el músico Luis Sandi Meneses (1905-1996), fundador del Coro de Madrigalistas, proponía la creación de un Reglamento de Transmisiones Musicales y Literarias por las Radiodifusoras Comerciales.[37] En su argumentación, Luis Sandi expresaba su preocupación por el uso de la radio “a manos de los dictadores absolutos de la formación de programación”. Asimismo, el célebre músico afirmaba:

> (La música en radio ha ido perdiendo calidad) hasta llegar a extremos inconcebibles. Al principio, al lado de la música comercial, se podían oír obras de verdadero valor; poco a poco las ocasiones de oír música buena se fueron haciendo raras hasta que ahora no se presenta ya ni una sola... El 90 por ciento es de música arrabalera, un 9 por ciento de música popular, campesina, mistificada, y tan sólo uno por ciento de música profesional ligera (aunque) destrozada por aficionados y músicos incompetentes”[38]

Sandi criticaba también la difusión de “horas de aficionados” en las radiodifusoras comerciales, así como “concursos de artistas” y “horas infantiles”, programas donde “además de explotar ignorantes y niños, se pervierte el gusto y

---

[36] Declaración del músico y compositor cubano Alex Sosa, en *Excélsior*, 10 de junio de 1980, p. 12-B. Citado por Alberto Dallal en *El dancing mexicano*, p. 126.

[37] Este documento, de diez cuartillas y 14 artículos, está fechado en abril de 1936 y fue localizado en el archivo Histórico de la Secretaría de Educación Pública por el investigador Gabriel Sosa Plata, quien se refirió a él en su comentario para el programa “El fin justifica a los medios” de Radio Educación el 10 de agosto de 2004. Las citas que sobre el documento hacemos en este trabajo corresponden al texto leído por Sosa Plata en esa emisión y titulado “Cuando quisieron reglamentar las transmisiones musicales de la radio comercial”.

[38] *Ibidem.*

se rebaja la moral de estos últimos nulificando completamente la labor educativa del Estado".[39] Asimismo, según Luis Sandi, el apoderamiento de los horarios radiofónicos por parte de la música comercial había provocado la reducción de fuentes de trabajo para los egresados del Conservatorio Nacional, algunos de los cuales podían participar en la breve temporada anual de la Orquesta Sinfónica Nacional, pero muchos otros tenían que trabajar exclusivamente en los cabarets donde "el músico se aniquila moral y materialmente, es despreciado, humillado, rodeado de un ambiente de vicio que acaba por adueñarse de él".[40] Por lo tanto, proponía establecer un reglamento para aumentar la programación de música "en vivo" dentro de las emisoras, erradicar la "música arrabalera" y obligar a las estaciones a transmitir diversos géneros, especialmente la "música profesional".

Según el proyecto de reglamentación, las estaciones comerciales debían: a) dedicar el 75 por ciento de su tiempo a la emisión de música; b) la música grabada no debía rebasar el 10 por ciento del tiempo de transmisión; c) de la música difundida, al menos el 25 por ciento debía ser de compositores mexicanos; d) cada estación radiodifusora quedaría obligada a mantener una orquesta de cámara integrada por "20 profesores" y "un coro de 12 cantantes"; e) por ningún motivo se permitiría la actuación de "aficionados" ni de niños en las radiodifusoras. Finalmente, las estaciones deberían sujetarse al siguiente horario en sus transmisiones musicales: de las 8 a las 12 horas, música popular universal y música profesional ligera; de las 12 a las 16 horas, música profesional; de las 16 a las 17 horas, música bailable; de las 17 a las 19 horas, música popular universal y música profesional ligera; de las 19 a las 22 horas, música profesional, y de las 22 horas en adelante, música bailable.[41]

Por supuesto, la idea de reglamentar la emisión de música en la radio quedó en proyecto. El Departamento de Bellas Artes no se atrevió siquiera a hacerla pública. Sin embargo, es interesante conocer su contenido para apreciar la molestia que el desplazamiento de la música "clásica", "seria", "buena", "profesional" (o "legítima",

[39] *Ibidem.*
[40] *Ibidem*.
[41] *Ibidem*.

como la llamaría años después Pierre Bourdieu)[42] en las estaciones de radio (donde había sido favorita apenas diez años antes), y su reemplazo por la música popular-comercial, provocaba en el gremio de los músicos de conservatorio.

2.2. *La importancia del elenco: el peso del* star system

Sobre la base de los ritmos que hemos mencionado, las estaciones radiodifusoras de la Ciudad de México armaron sus elencos musicales. Había que tener orquestas, cantantes solistas, tríos, duetos, grupos de mariachi, pianistas, arreglistas e incluso compositores que trabajaran como "exclusivos" de las emisoras para sostener una programación sólida. En esos años y hasta la década de los cincuenta, la radio basaba lo mejor de su oferta en los programas "en vivo", aunque también difundía música grabada, preferentemente en los espacios que estaban vacíos entre un programa y otro.

Así, por ejemplo, la XEB, tenía en 1931 el siguiente elenco musical: Margarita Romero y Wello Rivas que, en dueto o como solistas, cantaban la música del puertorriqueño Rafael Hernández, *El Jibarito*, en ese momento compositor exclusivo de la estación; el yucateco Ricardo Palmerín; el dueto Herrera-Rachini, integrado por Daniel *Chino* Herrera –quien luego se haría famoso como actor cómico, pero entonces era "cantante serio" y estupendo bailarín de danzón-- y Jorge Rachini; Ana María Fernández (bolerista); Toña la Negra (Antonia Peregrino), intérprete de boleros y ritmos afrocubanos; Guty Cárdenas, trovador yucateco; el tenor Pedro Vargas; el Dueto Tapatío, especializado en música ranchera; el gran pianista y compositor cubano Ernesto Lecuona y el tenor Néstor Mesta Chaires. El director artístico de la emisora era el compositor Alfonso Esparza Oteo.[43] Todos llegarían a ser *estrellas* y en su mayoría habrían de ser cooptados por la XEW poco tiempo después.

El cuadro 3, que muestra la programación de un día en la emisora XEB el año de 1936, es un buen indicador de la diversidad de géneros musicales que –junto con programas de otros formatos-- difundía la radio en la década de los treinta.

---

[42] Véase el capítulo I de este trabajo.
[43] La XEB transmitía en esa época en los 1030 kilohertz.

Durante el primer lustro de los treinta, la “W” y la “B” mantuvieron una fuerte competencia por presentar los mejores elencos y la mejor programación de la radio. Ambas emisoras incluyeron a la música como parte fundamental de su oferta al público, preferentemente a través de programas producidos “en vivo” con cantantes y grupos musicales, aunque también mediante grabaciones discográficas que en esa época funcionaron básicamente como complemento en las transmisiones. Las dos contaban con “teatro-estudio”, es decir, sala con butacas y un escenario amplio a cuyo costado se encontraba una cabina con el equipo técnico necesario para la transmisión radiofónica. Los modernos “teatro-

CUADRO 3. PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA XEB (1030 KHZ, 10 MIL WATTS)
3 DE JULIO DE 1936

HORA	PROGRAMA
9.00	Saludo al auditorio de la República Mexicana. Noticias tomadas de Excélsior, el Periódico de la Vida Nacional, y música con orquestas típicas.
9.15	Bello recital de piano
9.30	Quince minutos con Selecciones Peerles (música grabada)
9.45	El compositor Roberto Soto Mejía y la Marimba Tuxtleca
10.15	Música con Vicente Bergman y Laura Uranga. Un programa de selecciones Prado.
10.30	El dueto Maldonado y sus guitarras
10.45	Canciones del compositor **Rafael Hernández**
11.00	La interesante y amena “Hora de las familias”, a cargo de su gentil y culta organizadora: Carmina
12.00	Raquel Moreno, la exquisita cancionista
12.15	El compositor Roberto Soto Mejía y su guitarra
12.30	Media hora de canciones rancheras
13.00	El dueto Corona Montenegro
13.15	Jaime Nolla Reyes con un programa de bellas romanzas y canciones
13.30	Dora Luz, la cancionista romántica
13.45	Bello recital de violín
14.00	Los Gauchos de los Ponchos Verdes (música argentina)
14.15	Manuel Flores con bellas canciones
14.30	La orquesta **de Ernesto Riestra**
15.00	XEB y Últimas Noticias a sus órdenes
15.10	La orquesta de Castañeda y sus Cometas
15.45	Selecciones con la Orquesta Sinfónica de París. Programa patrocinado por el diario Excélsior.
16.15	Música con la **Orquesta Cachita de Rafael Hernández**, con Manuel Baeza
16.45	El éxito del día, el famoso Picadillo Musical XEB
17.00	La Orquesta de Ernesto Riestra en sus primeros quince minutos
17.15	Rafael Rubio y sus invitados al Picadillo Musical ¿Viene usted?
17.30	La Orquesta de **Ernesto Riestra** cierra el Picadillo de esta tarde
18.00	Programa musical con bellos valses vieneses
18.30	Edna Sequeyro y sus más bellas selecciones
18.45	XEB y Últimas Noticias a sus órdenes
19.00	Música argentina. Canciones y tangos pamperos
1918	Julián Morán, radiorrepórter desde la Cruz Roja Mexicana
19.20	**Julio Sotelo**, Primer cronista de deportes por radio
19.30	Su Excelencia, la Duquesa Olga dice...
19.40	Los artífices de la iluminación
19.45	Carlos de Nava en el programa de la Revista que hace amable la vida
20.00	Programa musical con los Hermanos Flores
20.15	El maestro **Guillermo Alvarez** interpretando con su orquesta y acompañando a Laura Uranga al violín y a Alfonso Bruschetta, en interpretaciones del compositor de moda: **Miguel Prado**
20.45	La Marcha del Tiempo, con el caricaturista de micrófono: **Panseco**
21.00	El cuarteto del maestro Jesús Corona con **Néstor Mesta Chaires**
21.30	La Orquesta Cachita que dirige el compositor Rafael Hernández, acompañando a sus mejores intérpretes: **Wello Rivas** y **Margarita Romero**
22.00	Vicente Bergman con la Marimba Orquesta Tlaxcalteca
22.30	Control Remoto desde el centro nocturno Le Grillon, con la Orquesta de Ernesto Riestra, presentada por nuestro anunciador Adrián Fournier
23.00	Julián Morán, radiorrepórter, desde la Jefatura de Policía del Distrito Federal, en cadena con la XETF, “La Voz de Veracruz”
23.15	Nuestro mejores deseos para una buena noche y un sueño de amor

estudios" de la XEW, el "Verde y oro" y el "Azul y plata", pero también el "Juventino Rosas" de la XEB, se transformaron en escenario añorado, en objetivo supremo para músicos y cantantes de todo el país. Actuar en ellos constituía la prueba máxima, y quienes conseguían pasarla encontraban abierto el camino rumbo al estrellato radiofónico y discográfico.

Aunque la disputa por presentar los mejores elencos y programas musicales se concentraba en la "W" y en la "B", otras emisoras, más pequeñas y con menos recursos, hacían esfuerzos por capturar audiencia y anunciantes. Entre ellas destacaba la XEFO, emisora del Partido Nacional Revolucionario (PNR), en ese momento gobernante, en la cual se tocaban los géneros en boga, pero se trataba de impulsar especialmente la canción vernácula mexicana en sus diversos estilos. Instalada en 1929, esta emisora tuvo entre sus músicos y cantantes fundadores a Pedro Vargas, Miguel Lerdo de Tejada y Alfonso Esparza Oteo. Luego desfilaron ante sus micrófonos el trío *Los Tariácuri*, el dueto Hermanas Landín (Avelina y María Luisa), los duetos Mixteco y Los Mayab, las boleristas Victoria Grajeda y *Chela* Campos, el tenor Carlos Mejía y el cantante Antonio Badú, más adelante estrella cinematográfica. En 1935, la dirigencia del PNR nombró directores artísticos de la XEFO a dos destacados músicos y compositores: Lorenzo Barcelata y Ernesto Cortázar. Ambos habían formado parte del grupo, *Los Trovadores Tamaulipecos* y trataron de dar a la emisora, que se identificaba como "Radio Nacional de México", un estilo que la identificara como impulsora de la música vernácula.[44] En 1947, el partido gubernamental, ya transformado en PRI, decidió deshacerse de la XEFO y la vendió al radiodifusor Francisco Aguirre.[45]

Otra radiodifusora importante en materia musical durante los años treinta fue la XEK, conocida como "La Voz del Comercio". Esta emisora había comenzado a transmitir el 25 de marzo de 1925 con las siglas CYO y difundía básicamente conciertos para piano, guitarra y canciones "finas", al estilo de las estaciones en los veinte. Había sido fundada por los señores Manuel Zetina y Arturo Martínez Lozada. En 1930, Zetina se retiró de la emisora y ésta quedó en manos

---

[44] La XEFO transmitía en esa época en los 940 kilohertz con una potencia de 5 mil watts.
[45] *Boletín Radiofónico* no. 32, 10 de octubre de 1947, p. 2.

exclusivamente de Martínez Lozada, quien de acuerdo a los vientos que soplaban decidió abrir la programación a diversos géneros musicales. La estación adoptó el lema de “La Voz del Comercio” y elaboró una estrategia para atraer anunciantes. La “K”, como también se le conocía, ofrecía sus espacios publicitarios preferentemente a negocios medianos o pequeños del centro de la ciudad, por ejemplo zapaterías de La Lagunilla, tintorerías, farmacias, licores y hasta personas que curaban con yerbas medicinales.[46] Durante el día, transmitía programas con música grabada y también programas “en vivo”, en este caso con intérpretes desconocidos que luchaban por abrirse paso en el disputado mercado radiofónico y discográfico, y por la noche presentaba su número fuerte: controles remotos desde salones de baile y centros nocturnos con orquestas famosas que, de otra manera, no hubieran podido aparecer en la frecuencia de 970 kilohertz que ocupaba la XEK. Así, tocaron ante los micrófonos de esta emisora las orquestas de Angel *Chino* Flores, Juan García Esquivel, Ernesto Riestra y Alfredo Núñez de Borbón, y *danzoneras* célebres como la de José Gamboa Cevallos y la de Prieto y Dimas, donde, por cierto, tocaba los timbales el célebre *Acerina*. La XEK comenzó con esta práctica desde 1930 y son históricas sus transmisiones “a control remoto” desde el Smyrna Club y desde el Salón Colonia. El locutor de la “K”, David Salgado, fungía como “maestro de ceremonias” durante esas transmisiones.[47] La XEK mantuvo durante más de dos décadas la práctica de transmitir controles remotos desde salones de baile y centros nocturnos. En 1958 pasó al control del empresario Rogerio Azcárraga quien le cambió las siglas a XEDF y la transformó en estación “disquera”.

Para competir con emisoras chicas o no tan grandes como la XEW, Emilio Azcárraga Vidaurreta instaló en 1938 la segunda de sus radiodifusoras –la XEQ— para que en ella pudieran formarse y adquirir experiencia músicos y cantantes jóvenes. En su programa inaugural, el lunes 31 de octubre de 1938, la emisora anunció como uno de los momentos importantes de la noche (el programa dio inicio a las 19 horas), la “presentación de artistas respaldados por la XEQ”. Entre

---

[46] Véase Jorge Mejía Prieto, *Historia de la Radio y la TV en México*, p. 92.
[47] Véase *ibid*., p. 89 y Simón Jara Gámez, op. cit.p. 99.

los músicos a los que la XEQ dio impulso figuraba una joven pianista y compositora de 15 años, oriunda de Guadalajara, que habría de ser en las dos décadas siguientes una de las más importantes compositoras de boleros en México: Consuelo Velázquez.[48]

2.3. *Radio y público: influencia recíproca*

Hacia finales de los años treinta se había generado ya en la Ciudad de México una relación de mutua influencia en materia musical entre la radio y el público masivo. En una ciudad cuya población se acercaba a los dos millones de habitantes (en 1940 la ciudad llegó a la cifra de 1 802 679 habitantes, un incremento de 75% con relación a 1930 cuando el número era de 1 029 068),[49] la radio retomaba las expresiones musicales que se manifestaban en el ambiente urbano y semiurbano del Distrito Federal y a la vez influía, a través de la difusión de la obra musical de compositores y cantantes, en el gusto y las preferencias de la población.

Para esos años, la radio capitalina ya había generado tradiciones entre el público que sintonizaba las emisoras; una de ellas era adquirir semana a semana el *Cancionero Picot*, publicación editada desde 1928, donde los radiófilos podían encontrar las letras de sus canciones favoritas. Estaba ilustrado con las aventuras de dos personajes que rápidamente llegaron a ser entrañables para los aficionados a la radio: *Chema* y *Juana*. Tal fue el éxito alcanzado por *Chema* y *Juana*, que la XEB decidió hacer en 1931 una versión radiofónica del *Cancionero Picot* y para representar a estos personajes contrató a los actores Rodolfo Sánchez Marín y Eloísa Gómez Torres, quienes antes habían integrado la pareja cómica de "Mamerto y Ninfa". El *Cancionero Picot* fue uno de los primeros instrumentos informales para medir el índice de popularidad de los números musicales y sus intérpretes. [50]

---

[48] Véase Jorge Mejía Prieto, *op.cit*, p. 64.
[49] Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), *op.cit.*, p. 24.

[50] En 1928 Laboratorios Picot lanzó en México el polvo efervescente Sal de Uvas Picot hecho a base de ácido tartárico, ácido cítrico y bicarbonato de sodio como un remedio rápido y eficaz para las agruras, la indigestión y la acidez estomacal. Su primer instrumento para posicionarlo en el mercado fue un cuadernillo que incluía las canciones consideradas más populares del momento y una historieta protagonizada por dos personajes: Chema y Juana. El cuadernillo, que se vendía en puestos de periódicos y farmacias, se llamó inicialmente Canciones Selectas y a partir de 1930

Esta influencia recíproca entre la radio y la música que se interpretaba en las calles o centros de reunión de la capital queda ilustrada en el testimonio de don Vicente Morales, uno de los mejores operadores, musicalizadores y efectistas de sonido en la historia de la radio de México: [51]

> Yo empecé a tomar conciencia de la radio más o menos en 1938 cuando era yo niño. En esa época se podían oír las transmisiones desde los salones de baile donde se tocaban el danzón, la conga, la rumba. Todavía había valses y se tocaban también algunos ritmos estadounidenses, pero lo que predominaba era lo tropical, especialmente el danzón. Todo eso era de oídas porque, como niño, no podía yo ir a esos lugares.
>
> Otra cosa que recuerdo de la música de esa época de finales de los treinta y principios de los cuarenta son las fiestas populares en algunos pueblos, por ejemplo Iztapalapa donde yo iba a frecuentar porque tenía familiares allá. Todavía se podían oír las danzas francesas y las contradanzas, que son los antecedentes del danzón, el cual incluso se tocaba en fiestas religiosas. Allá por el espejo de Santa Anita todavía existía el canal de La Viga con sus trajineras que traían la verdura para acá, para el centro de la ciudad, y el Viernes de Dolores se hacía la fiesta de Santa Anita, donde se bailaban todavía contradanzas, además del danzón y sones jaliscienses, como *El jarabe tapatío*, tocados por grupos pues... rudimentarios, que tenían arpa, salterio, una vihuela, un tipo de grupo e instrumentación que ya se perdió para siempre. Esos grupos tocaban en fondas donde la gente entraba a comer y a *empulcarse*, a tomar el famoso pulque, e interpretaban todo tipo de música, sones, danzas, de todo. Este tipo de música todavía se podía escuchar en la radio en algunos programas con grupos de tipo “popular-ranchero”, donde había salterio, arpa, y grupos de mariachi, todavía sin trompetas, sólo con cuerdas.

Cancionero Picot. Con buena visión comercial, la empresa Picot patrocinó programas musicales de radio a partir de 1931, primero en la XEB y posteriormente en la XEW, en los cuales anunciaba su marca. Posteriormente patrocinó programas de televisión en las décadas de los cincuenta y los sesenta. Actualmente, la marca Picot es propiedad de la firma Bristol Myers Squibb que la adquirió en 1997. Datos de www.bms.com.mx/farmaceutica/cancionero.htm. Consulta efectuada en agosto de 2004.

[51] Don Vicente Morales ingresó al medio radiofónico en 1944, cuando contaba con 14 años de edad, para ayudarle a su cuñado, Guillermo Barrera, quien era operador de la XEW. Dos años después fue contratado por la XEQ como ayudante de operador. Después, ya como operador titular y musicalizador, participó en programas *en vivo* transmitidos por la XEQ y la XEW, en controles remoto desde salones de baile, así como en radionovelas y radioteatros donde también descolló como efectista de sonido. Entre los programas “clásicos” donde Vicente Morales aportó su habilidad en el manejo de los controles y desplegó su imaginación en la creación de atmósferas a través de la música y los efectos de sonido están: *Cárcel de Mujeres*, *Apague la luz y Escuche*, el programa cómico del *Panzón Panseco* (Arturo Manrique), la celebre serie *Ahí viene Martín Corona*, protagonizada por Pedro Infante, y la histórica serie *Kalimán*. Durante los años sesenta, ya en la época de las estaciones “disqueras”, trabajó como operador en XEL, Radio Capital, y más tarde en la musicalización de *La Hora Nacional*. Actualmente trabaja en XEEP Radio Educación y en producciones realizadas por el Instituto Mexicano de la Radio.

> También estaban en la radio, por supuesto, los programas buenos de la W, la XEQ, la XEB, con orquestas bien establecidas, muy completas, con trompetas, saxos (estaban la de Luis Arcaraz, la de Chucho Rodríguez, que era medio tropicalona, luego la de Juan García Esquivel) y con los cantantes de la época, Manolita Arriola, *Chelo* Flores, Nicolás Urcelay, María Alma...[52]

3. Los años cuarenta: la impronta estadounidense

Para fines de los treinta y sobre todo en los cuarenta, dos ritmos estadounidenses empiezan a tener una influencia mucho mayor a la que habían manifestado desde su irrupción en México diez años antes: el *swing* y el *fox trot*. Proliferan las orquestas con el formato *big band*: sección de metales con trompetas, saxofones, trombones o con una sección de alientos madera, básicamente clarinetes. Es un tipo de orquesta con gran éxito en Estados Unidos que incluye, además, al *crooner*, un cantante de voz suave y agradable, capaz de interpretar un amplio repertorio integrado por géneros como el *swing*, el *jazz*, y el *fox trot*, a los que, en el caso de las orquestas mexicanas, se agrega el bolero.

En México la figura del *crooner* constituye un gran acontecimiento musical y queda personificada en Fernando Fernández cuya aparición en la radio mexicana dibuja una frontera entre la época dominada por los cantantes provenientes del *bel canto* –como José Mojica o el doctor Ortiz Tirado--, dispuestos siempre a dar el “do de pecho”, y una nueva generación de cancioneros con estilo sencillo y

---

[52] Entrevista con Vicente Morales, realizada por el autor en Julio de 2003. El relato de don Vicente Morales acerca de la vigencia a finales de los años cuarenta y principios de los treinta en el siglo XX de formas musicales como la contradanza y del profundo arraigo del danzón en el DF se complementa con la siguiente descripción de Ángel Trejo acerca de cómo el danzón se iba integrando a la vida cotidiana de la Ciudad de México en las dos primeras décadas del siglo XX: “Y mientras satisfacía el gesto urbano de los capitalinos de barrio, (el danzón) incurría simultáneamente en la conquista de los pueblos campesinos que rodeaban entonces a la ciudad de México y su mítico lago. En Xochimilco, Iztapalapa, Ixtacalco, Culhuacán, La Villa, San Ángel y Tláhuac, el danzón se vinculó incluso a las fiestas religiosas cristianas como la Semana Santa, el Doce de Diciembre y la Virgen del Carmen. Los chinamperos de Xochimilco hacían peregrinaciones los Viernes de Dolores de su lago al Zócalo, a través del Canal de la Viga y bordeando las lagunas de Balbuena y Jamaica, a ritmo de danzón. Sus chinampas, cargadas de flores y verduras, porteaban en una decena de estaciones al lado del canal donde había charangas tocando los danzones de moda. Bajaban, bailaban, comían, bebían pulque y seguían su camino. La primera estación –en realidad mercado— estaba en Santa Anita, en el pueblo de Iztapalapa... El danzón chinanmpero duraba 24 horas y los músicos cobraban diez pesos por esas intensas jornadas de celo religioso... Fue entonces cuando el danzón arraigó en forma definitiva en el gusto del habitante del DF, especialmente el de los barrios y colonias populares y el de los antiguos municipios que hoy tienen categoría de delegaciones políticas”. Angel Trejo, *op. cit*., pp. 54-55.

cotidiano. Quizá la mejor definición de lo que es el *crooner* quedó impresa en la contratapa de uno de los discos del propio Fernández:

> Tocó a Fernando Fernández acuñar en México el título de *crooner*, destinado para identificar a aquellos vocalistas de voz agradable, capaces de subordinar las grandes facultades al estilo interpretativo. Era la época en que se inició el ocaso de los cantantes ampulosos, redichos, teatrales, para dar paso a una nueva generación cuya característica consistió en saber "decir" las canciones. Y fue Fernando desde entonces "El *Crooner* de México".[53]

Sin llegar al éxito impresionante que tuvieron los *crooners* en Estados Unidos, donde los cantantes de las orquestas alcanzaron un estatus de ídolos juveniles, similar al que tendrían los baladistas y cantantes *pop* a partir de los años sesenta,[54] la presencia de Fernando Fernández en la radio y la industria discográfica fue extraordinaria, no sólo en México, sino en otros países latinoamericanos. Fue uno de los primeros cantantes mexicanos en recorrer completo el "circuito de consumo mediático" indispensable para ser estrella del espectáculo: tuvo éxito en radio, discos, cabaret, cine y apareció constantemente en portadas y entrevistas de medios impresos (la televisión de los cincuenta lo sorprendió cuando concluía su éxito como figura juvenil, la de los sesenta cuando ya era un cantante "maduro" y la de los setenta difundió su imagen como "cantante del recuerdo").[55] El carácter "plurimediático" que tuvo Fernández en los años treinta, cuarenta y principios de los cincuenta se muestra en el hecho de que sus grandes *hits* musicales fueron exitosos en discos y en la radio, pero también *soundtrack* de las películas con temas de cabaret y arrabal que protagonizó al lado de *estrellas* cinematográficas como Marga López y Meche Barba. *Arrabalera* y *Callejera*, ambas tema musical y nombre de películas, fueron junto con *Hipócrita*,

---

[53] Fernando Fernández, *Un corazón y otros éxitos románticos*, RCA Camden, CAM-183.

[54] Obviamente el *crooner* por antonomasia es Frank Sinatra, quien después de ser simultáneamente mesero en un restaurante de Nueva Jersey y cantante de radio (medio al que accedió luego de participar en el programa de aficionados *Major Bowes Amateur Hour*), se integró en 1939 a la orquesta del trompetista Harry James y de ese año y hasta 1942 fue *crooner* en la orquesta del trombonista Tommy Dorsey donde se convirtió en el "rey de las jukeboxes" o sinfonolas e ídolo de las adolescentes o *bobby soxers* en Estados Unidos.

[55] Quizá las apariciones televisivas que más se recuerdan de Fernando Fernández ocurrieron en los años setenta, en el programa *Sábados con Saldaña*, del Canal 13, ya como cantante de "nostalgia".

Traicionera y *Un corazón*, las canciones más recordadas en el repertorio de "El *crooner* de México".[56]

La irrupción del *crooner* en la escena radiofónica contribuyó a "democratizar" las posibilidades de ingreso a la radio para los cantantes. Al iniciarse la década de los años cuarenta ya no era necesario interpretar la música popular como lo haría un cantante de ópera, aunque sí lo era llenar requisitos básicos de calidad; se podía tener éxito en la radio con un estilo interpretativo sencillo, agradable, siempre y cuando fuera peculiar. La singularidad era todavía en esa época una condición ineludible para los cantantes quienes no debían parecerse entre sí; las copias o las similitudes obvias no eran bien aceptadas. De esa forma, aparecen o se consolidan nuevas figuras de la canción: *Chucho* Martínez Gil, Jorge Fernández, Genaro Salinas y Pedro Infante, entre muchos otros.

Durante los años cuarenta, la influencia de la música estadounidense en México es notable. A los ritmos de ese origen que habían llegado al país en los años veinte y persistido durante los treinta se añaden otros, también provenientes del otro lado de la frontera, como el *swing* y el *woogie boggie*, de moda entre los jóvenes de Estados Unidos y que irrumpen en los salones de baile de la capital mexicana. Don Vicente Morales recuerda la llegada de esos ritmos a la Ciudad de México:

> Yo entré a trabajar a XEQ en 1944, siendo adolescente, y me tocó la suerte de ir a transmitir a muchos salones ya un poco más grande. Yo tenía la fortuna de ser el ayudante del ingeniero que dirigía las transmisiones y lo que primero había conocido de oídas a través de la radio ya lo pude ver personalmente. Ahí empecé a escuchar el *fox trot*, el *blues*, que ya existían aquí desde antes, pero también el *swing* y el *beep bop*, que eran los más nuevos, inclusive había un lugar que se llamaba el *Swing Club*, donde se bailaba casi puro *swing*.

[56] El sobrenombre le fue puesto a Fernández, al igual que ocurrió con casi todos los *estrellas* musicales de la época, por el locutor de la "W" Pedro de Lille. Y algo para la anécdota: el éxito de Fernando Fernández como figura radiofónica a finales de los años treinta y en los cuarenta fue tal que protagonizó la primera boda transmitida a través de un medio electrónico en México. En 1939, convertido en ídolo juvenil, su enlace con una de las cantantes más bonitas de aquellos años, Lupita Palomera, causó tal expectación entre el público que fue difundido por la XEW. Transformado en una suerte de "galán de la canción", Fernández tenía en 1943 un programa transmitido por la XEW y patrocinado por la jabonera Palmolive en el que interpretaba "con su voz agradable y varonil canciones que mujeres le solicitan a través de románticas cartas".[56] El programa se llamaba *La Hora Azul del Recuerdo*.

> También había otros lugares más sofisticados, por ejemplo el *Ciro´s* de Reforma y otro que había en Las Lomas, donde se presentaban muy buenas orquestas, muy bien establecidas, muy completas. Ahí se tocaban también ritmos estadounidenses, el *swing*, el *blues*, nada más que como eran lugares *popoff*, había también música tranquila, digamos más elegante. Algunas de esas transmisiones también las conocí de oídas, no estuve presente, pero otras sí. Fui mucho a salones como *El Colmenar* , que estaba atrás del viejo edificio de la Lotería Nacional, y ya años después a *La Fuente*, *Los Globos*, donde transmitíamos en las noches y escuchábamos todo este tipo de música.[57]

La música estadounidense influyó notablemente a los compositores mexicanos de raíz urbana. Como puede verse en las "listas de popularidad" de canciones correspondientes a los años cuarenta que se incluyen en el capítulo III de este trabajo, varios de los más grandes *hits* de la música popular mexicana están hechos por compositores mexicanos a partir de ritmos estadounidenses. Entre ellos pueden citarse *Noche*, de Gabriel Ruiz, y *Dos almas*, de Miguel Prado, ambas de 1944, escritos a ritmo de "fox lento"; *Un gran amor* (1945), de Gonzalo Curiel, y *De corazón a corazón* (1946), de Gabriel Ruiz, son también "fox lento", mientras que *Bonita* (1949) y *Viajera* (1950), de Luis Arcaraz son "canción blues". Son únicamente ejemplos relativos a canciones famosas con lugares destacados en las listas de popularidad, pero la influencia de los ritmos estadounidenses en los cuarenta es muy profunda en la vida cotidiana de la población citadina, pues no sólo llega a la industria discográfica y a la radio, sino también a las pistas de baile donde orquestas, algunas famosas y otras no tanto, los interpretan. Los jóvenes mexicanos aprenden a bailar *swing* y su coreografía básica va pasando de generación en generación al grado de que muchos de los ritmos que aparecen posteriormente son ejecutados de esa forma por danzantes que no logran aprender los recovecos coreográficos de todos los ritmos. "Los mexicanos bailan todo como si fuera *swing*", declaró en cierta ocasión un músico cubano.

Pero la influencia e incluso el arraigo que logran tener los ritmos estadounidenses en los cuarenta no es únicamente producto de su atractivo musical. Está relacionado también con un contexto económico, político y cultural que favorece su demanda y consumo. La década de los cuarenta marca el final del sueño revolucionario en el cual se aspiraba a que el camino rumbo al progreso

[57] Entrevista con Vicente Morales, realizada por el autor. Julio de 2003.

estuviera marcado "por el impulso vital de las masas populares, guiadas por el Estado revolucionario y con la colaboración de los empresarios nacionalistas". La derrota del cardenismo en 1940 marcó la conclusión de ese proyecto y su reemplazo por uno nuevo en el que la industrialización acelerada, el impulso de los centros urbanos y el estímulo a la inversión extranjera serían elemento motriz del progreso. Estos tres elementos constituirían los ejes en que se apoyarían los gobiernos de Manuel Ávila Camacho y Miguel Alemán Valdés para conducir el rumbo del país. Dentro de ese proyecto, la economía de Estados Unidos obtendría amplios beneficios por la cercanía de este país con México y, sobre todo, por la condición de potencia industrial que asumió como resultado de su triunfo en la II Guerra Mundial.

En la década de los cuarenta la inversión extranjera en México crece enormemente, lo mismo que la importación de productos, especialmente de Estados Unidos. La inversión extranjera, que sumaba 16.2 millones de dólares en 1941, sube a 46.0 millones en 1945 y llega a 120.6 millones en 1951, casi al final del régimen alemanista.[58] Por su parte, la importación de mercancías proveniente de Estados Unidos registra un incremento notable en términos absolutos y porcentuales, como lo muestra el cuadro 4:

CUADRO 4. IMPORTACIÓN DE MERCANCÍAS EN MÉXICO 1941-1951
Miles de pesos

Año	Total	Provenientes de Estados Unidos	Porcentaje
1941	915 110	771 232	84.2
1942	753 039	655 223	87.0
1943	909 583	805 476	88.5
1944	1 895 198	1 669 170	88.0
1945	1 604 404	1 321 544	82.3
1946	2 636 787	2 204 432	83.6
1947	3 230 294	2 856 287	88.4
1948	2 951 495	2 560 382	86.7
1949	3 527 321	3 068 414	86.9
1950	4 403 368	3 716 377	84.3

Fuente: Elaborado con datos de Estadísticas Históricas de México, Tomo II, INEGI, p. 668.

[58] Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, *op.cit.*, p. 612. No fue posible determinar el porcentaje correspondiente a Estados Unidos.

Aunque durante el siglo XX las importaciones provenientes de Estados Unidos fueron siempre mayoritarias con respecto a las de otros países, no siempre tuvieron los elevados porcentajes que se registraron en los años cuarenta. Por ejemplo, en 1939 representaron el 66%, en 1935 el 65% y en 1932 el 63%.[59] En los años cincuenta, luego de registrar en la década anterior cifras superiores al 80% como se ve en el cuadro 4, el porcentaje de importaciones de Estados Unidos bajó: en 1951 representó el 81%, en 1955 el 79% y en 1960 el 72%.[60]

Las importación de mercancías estadounidenses durante los cuarenta se produjo tanto en el sector de bienes de capital como en el de productos agrícolas y también en el de bienes de consumo. Dentro de éste incluyó productos que por sus características de uso cotidiano y masivo contribuyeron a crear una cultura de consumo y hábitos de comportamiento identificados con el estilo de vida estadounidense, el *american way of life*. Varios de estos productos recibieron un trato de privilegio por parte del gobierno mexicano para estimular su entrada al país. En 1943, el gobierno redujo los aranceles de importación para 200 productos estadounidenses entre los que se encontraban "leche en polvo (reducción del arancel en un 25%); trigo (40%); manteca (22%); tabaco (13%); refrigeradores (20%); cosméticos (7%); ventiladores eléctricos (38%); fonógrafos y combinaciones de radio y fonógrafo (17%); tractores (33%) y llantas(20%)".[61] Según las autoridades mexicanas, el grupo de artículos a los que les fue reducido el arancel no se producían en México o, en el caso de que se fabricaran, no satisfacían la demanda de consumo nacional en ese momento.

Entre los artículos cuya importación fue beneficiada con la reducción de aranceles se encontraban varios cuyo consumo propició una mejora en el equipamiento de los hogares urbanos. Si ya en los treinta buena parte del equipamiento tradicional en los hogares se había empezado a sustituir por artículos más modernos (la estufa de gas, el refrigerador) o bien se habían agregado nuevos enseres (el aparato de radio, el tocadiscos), en los cuarenta este tipo de artículos vio crecer rápidamente su consumo. Y al igual que en el caso de

---

[59] *Ibid*. p. 668.
[60] *Ibidem*.
[61] Blanca Torres Ramírez, *México en la Segunda Guerra Mundial*, p.161.

los productos para el equipamiento del hogar, se incrementó el consumo de artículos importados para el arreglo personal, la ropa y el calzado. Adicionalmente, como parte de la estrategia de estímulo a la industrialización impulsada por el gobierno de México marcas de alimentos y bebidas se instalaron en el país.

La influencia del *american way of life* en la vida cotidiana de la Ciudad de México en los años cuarenta ha sido reflejada en el cine y la literatura de nuestro país, por ejemplo en películas de Alejandro Galindo, como *Una familia de tantas* o *Esquina bajan*, y en novelas como *Las batallas en el desierto*, de José Emilio Pacheco, una recreación del ambiente cotidiano en la época alemanista narrada por un adulto de cuarenta años que recuerda su infancia:

> Mientras tanto nos modernizábamos, incorporábamos a nuestra habla términos que primero nos habían sonado como pochismos en las películas de Tin Tan y luego insensiblemente se mexicanizaban: tenquíu, oquéi, uasamara, sherap, sorry, uan móment pliis. Empezábamos a comer hamburguesas, pays, donas, jotdogs, malteadas, áiscrim, margarina, mantequilla de cacahuate. La cocacola sepultaba las aguas frescas de jamaica, chía, limón. Los pobres seguían tomando tepache. Nuestros padres se habituaban al jaibol que en principio les supo a medicina. En mi casa está prohibido el tequila, le escuché decir a mi tío Julián. Yo nada más sirvo whisky a mis invitados: hay que blanquear el gusto de los mexicanos.[62]

3.1. *El bolero, respuesta mexicana*

Por supuesto, en la década de los cuarenta no sólo se escuchó en la Ciudad de México y en la radio capitalina música de origen o de influencia estadounidense. Incluso, aunque preferida por un sector importante de la población, no fue ésta la música favorita del gran público. La música ranchera, los ritmos cubanos y especialmente el bolero se escuchaban profusamente. Puede afirmarse, incluso, que el bolero es el género preferido por los aficionados a la radio y los consumidores de material discográfico; así lo muestran las listas de popularidad de la época que se incluyen en el capítulo III de este trabajo. Otra imagen de *Las batallas en el desierto* muestra la presencia cotidiana de esos tres géneros musicales en los años cuarenta con la radio como *sound track* de la vida cotidiana:

> Ya había supermercados pero no televisión, radio tan sólo: Las aventuras de Carlos Lacroix, Tarzán, El Llanero Solitario, La Legión de los Madrugadores, Los Niños Catedráticos, Leyendas de las calles de México, Panseco, El Doctor I.Q., La Doctora Corazón desde su clínica de Almas. Paco Malgesto narraba las corridas

---

[62] José Emilio Pacheco, *Las batallas del desierto*, p.p. 11-12.

> de toros, Carlos Albert era el cronista de futbol, el Mago Septién transmitía el beisbol. Circulaban los primeros coches producidos después de la guerra: Packard, Cadillac, Buick, Chrysler, Mercury, Hudson, Pontiac, Dodge, Plymouth, De Soto. Íbamos a ver películas de Errol Flyn y Tyrone Power, a matinés con una de episodios completa: *La invasión de Mongo* era mi predilecta. *Estaban de moda La rondalla, La burrita, La múcura, Amorcito Corazón.* Volvía a sonar por todas partes un antiguo bolero puertorriqueño: *Por alto esté el cielo en el mundo, por hondo que sea el mar profundo, no habrá una barrera en el mundo que mi amor profundo no rompa por ti*.[63]

Durante los años cuarenta se desarrolla en el ambiente musical de México una generación de cantantes --mujeres y hombres-- que se especializan en la interpretación del bolero. En el caso de las intérpretes femeninas la industria mediática de la época exige la reunión en ellas de, al menos, dos de las tres condiciones que se requieren para triunfar en un ámbito cada vez más competido: rostro y figura agraciadas --requisito no indispensable pero sí muy útil--, excelente voz y, sobre todo, un estilo interpretativo peculiar. Aparecen o se consolidan como estrellas radiofónicas y discográficas Lupita Palomera, Ana María González, Amparo Montes, Consuelo Vidal, *Chela* Campos, *Chelo* Flores, Lupita Alday, *Chabela* Durán, las hermanas Landín (María Luisa y Avelina) y las Hermanas Águila (Paz y Esperanza).

En el caso de los caballeros la calidad vocal es fundamental, pero el atractivo físico no estorba, especialmente en el caso de los jóvenes que aspiran a ser *estrellas* radiofónicos y discográficos (e incluso cinematográficos). A los cantantes consolidados que actuaban en la radio y grababan discos desde los años treinta, como Pedro Vargas, Luis G. Roldán, Ramón Armengod, Emilio Tuero o Fernando Fernández, se añaden *Chucho* Martínez Gil, Genaro Salinas, Nicolás Urcelay, Jorge Fernández y un numeroso grupo de cantantes jóvenes que luchan por abrirse paso actuando en las radiodifusoras “chicas” o cubriendo ausencias en programas “mañaneros”[64] de emisoras como XEW, XEB o XEQ.

---

[63] Pacheco se refiere al año de 1949, fecha en que varias de las canciones que menciona se encontraban en las listas de popularidad como puede verse en el capítulo III de este trabajo. El bolero al que se refiere es *Obsesión*, del compositor puertorriqueño Pedro Flores.

[64] Se llamaba “mañaneros” a los programas con horario matutino en donde las radiodifusoras solían enviar a los y las cantantes jóvenes, que a juicio de los directores artísticos de las emisoras tenían posibilidad de llegar a ser estrellas, con el fin de que “se foguearan” y de conocer la opinión que los radioescuchas tenían de esos intérpretes.

La música que interpretan, “materia prima” para el lucimiento de estos cantantes, es generada por el talento de compositores cuya importancia en la conformación del gusto musical en los años cuarenta y cincuenta es enorme. Como habremos de ver en el capítulo III de este trabajo, su producción musical --amplia, variada y de gran calidad— pasó a formar parte de la memoria colectiva y de la tradición cultural no sólo de México sino, en gran medida, de América Latina. Algunos de esos compositores, varios de los cuales iniciaron su obra en los años treinta y la prosiguieron a lo largo de las dos décadas siguientes, son: Gonzalo Curiel, Alberto Domínguez, Mario Ruiz Armengol, Gabriel Ruiz, Miguel Prado, Wello Rivas, Alfredo Núñez de Borbón, José Sabre Marroquín, Mario Talavera, Joaquín Pardavé, Pablo Beltrán Ruiz, Consuelo Velázquez, Emma Elena Valdelamar y, por supuesto, Luis Arcaraz.

Varios de estos compositores tuvieron su propia orquesta, generalmente con formato de *big band* (al estilo de las orquestas estadounidenses en boga durante la época, como la de Glenn Miller o la de Stan Kenton), y con ella actuaron en centros nocturnos, salones de baile y programas de radio, además de grabar discos. Junto con otros músicos importantes, que fueron más arreglistas que compositores, como Juan García Esquivel, Juan García Medeles, o el estadounidense avecindado en México Everett Hoagland, formaron un espléndido elenco de orquestas que actuaron como protagonistas o acompañando a cantantes en grabaciones o presentaciones en radio, teatro, centro nocturno y películas.

De manera simultánea a la emisión de boleros, la radio de los años cuarenta transmitió “música ranchera”, un género inagotable en México, si bien, en el caso de la capital de la república, no ha sido nunca el preferido por la mayoría de los melómanos. En los cuarenta, grandes cultivadores del género, como Jorge Negrete y Lucha Reyes (fallecida en 1944), lograron mantener vigente a la música ranchera en la radio y las grabaciones discográficas, gracias al trabajo de autores como Manuel Esperón, *Chucho* Monge, Felipe Valdés Leal y el ya en ese momento casi legendario Alfonso Esparza Oteo.

Asimismo, continuaron presentes durante los años cuarenta, tanto en la radio como en la industria discográfica, los ritmos cubanos: la guaracha, la conga y la rumba a los que, al final del decenio, se añadió el mambo. El éxito de los ritmos cubanos generó durante esa década una gran inmigración a nuestro país de músicos con esa nacionalidad, quienes influyeron notablemente en el desarrollo de la música popular mexicana en los años cuarenta y los cincuenta. Entre esos inmigrantes están Arturo Núñez, "El Caballero Antillano"; los percusionistas Silvestre Méndez, "Tabaquito" y Justi Barreto (más tarde *estrella* en Nueva York); los cantantes Kiko Mendíve y Alberto Beltrán, y dos grandes *estrellas*: Beny Moré y Dámaso Pérez Prado.

El caso de este último es particularmente notable. Llegado a México en 1948, Pérez Prado formó aquí una orquesta integrada por músicos espléndidos, en su mayoría mexicanos, que incluyó una sección de trompetistas capaces de alcanzar los agudos más impresionantes. Formado musical y sentimentalmente en los sonidos afroantillanos, pero gran admirador del pianista y director estadounidense Stan Kenton, cuya música influyó en él notablemente, la banda de Dámaso Pérez Prado constituyó una síntesis de las agrupaciones orquestales de la época: fusionó en una sola orquesta la dotación básica de la *big band* estadunidense (piano, contrabajo, batería y secciones de trompetas, saxofones y trombones) con la percusión cubana (conga, bongó y eventualmente timbal). Sobre esa base creó el mambo, ritmo que le dio celebridad mundial y cuyo sonido conmocionó todos los espacios musicales en el México de finales de los cuarenta y principios de los cincuenta: la radio, la producción discográfica, el teatro de revista y los salones de baile.

3.2. *Pasos a la fama: los concursos de aficionados*

En la década de los cuarenta la programación musical en la radio tuvo básicamente cuatro componentes: 1) los "programas estelares" *en vivo* con duración de una o dos horas, transmitidos generalmente por la noche, donde las emisoras reunían a lo mejor de sus elencos; 2) los programas "mañaneros", también *en vivo*, de diez, quince o incluso cinco minutos, en los cuales se colocaba a cantantes y músicos principiantes o escasamente conocidos; 3) los

programas distribuidos a lo largo del día, igualmente *en vivo*, con duración de quince minutos o media hora, donde aparecían cantantes ya con cierto prestigio, incluso algunos con carácter de *estrellas*; y 4) programas a base de grabaciones musicales con duración de cinco, diez o quince minutos (eventualmente de media hora) que frecuentemente se utilizaban para "ajustar tiempos" entre los programas. Asimismo, existían en varias emisoras los programas de "aficionados", en los cuales aspirantes a ser cantantes profesionales concursaban con la esperanza de iniciar, por esa vía, una carrera en el ámbito del espectáculo, fundamentalmente en la radio.

Tanto los ganadores en los concursos de "aficionados" como otros aspirantes el estrellato musical constituían una especie de "talento artístico de reserva" y si querían "hacer méritos" debían estar siempre disponibles para ser llamados de emergencia y llenar algunos minutos al aire que pudieran sobrarle a la estación o cubrir las ausencias de algún cantante que no acudiera o llegara tarde a los programas. Era frecuente que a la salida de las grandes emisoras –XEB, XEQ y XEW—, o en los pasillos de las mismas, estuvieran, haciendo fila, varios aspirantes con la esperanza de ser llamados y aparecer, aunque fuera sólo unos minutos, en algún programa. Varios de esos aspirantes lograban, a base de persistencia, el objetivo de sobresalir, pero la mayoría se perdía en el olvido.[65]

---

[65] Los programas de aficionados en la radio, con gran auge en los cuarenta, se extendieron a los cincuenta y aun a principios de los sesenta. Por supuesto, no sólo eran transmitidos por las "estaciones grandes", también algunas pequeñas los incluían. Por ejemplo, en 1951, la emisora XEBS convocó a participar en un concurso de aficionados llamado "Sin campana y creando artistas" que constituía una crítica a los programas de ese tipo difundidos por otras radiodifusoras donde "se tocaba la campana" para indicarle al concursante que estaba eliminado. El objetivo del programa era "alentar con dignidad y cariño a toda persona que manifiesta inquietudes artísticas y que cohibida ante un momento embarazoso frente al micrófono o por temor a preguntas indiscretas o puyas morbosas o innecesarias no se atreve a lanzarse por los caminos del arte". El llamado era dirigido a "cantantes, cancioneros, tríos, duetos, conjuntos musicales, compositores, recitadores, dialoguistas, etcétera, no profesionales". Aparte de la posibilidad de encontrar nuevas figuras, el programa parecía constituir una buena forma de captar recursos para la XEBS, pues los premios a repartir eran de menor monto que los ingresos obtenidos a través de él por la estación. La inscripción costaba 25 pesos pero solamente se podía concursar en caso de aprobar un examen "para mostrar las facultades de los aspirantes". Había eliminatorias diarias, semanales y mensuales. La estación se reservaba el derecho de grabar discos con las voces de los concursantes y difundirlos en la programación diaria. Quienes ganaban las eliminatorias cotidianas recibían un diploma, los que obtenían el triunfo en las semanales un premio de 100 pesos y los que ocupaban el primer lugar en las mensuales un premio de 300 pesos y el derecho de participar en la "gran final" donde sólo se daban un trofeo para el primer lugar y medallas para los tres restantes.

Todas estas emisiones musicales coexistían con programas cómicos, radionovelas, transmisiones deportivas o de comentarios sobre deportes y toros, noticiarios y algunos programas de comentarios políticos o de espectáculos. Los programas radiofónicos, cualquiera que fuera su formato, se identificaban habitualmente con el nombre del patrocinador. Don Vicente Morales recuerda algunas características de la programación musical radiofónica en esos años:

> Había en los cuarenta y los cincuenta muy buenos programas musicales. Le doy algunos nombres, aunque no sea por orden cronológico; estaban, por ejemplo, *Noches Tapatías* y *Así es mi tierra*, de música ranchera, en la XEW; otros con muy buenas orquestas y música más de estilo americano, o de boleros. Estaban los programas patrocinados por la Nestlé, por Nescafé; estaban, por supuesto, los de Agustín Lara, y recuerdo especialmente uno con Néstor Mesta Chaires y Nicolás Urcelay, que era como un duelo de muy buenas voces, porque ambos tenían una voz preciosa; había otro con *Toña La Negra*. Había programas con tríos de música ranchera, por ejemplo *Los Huastecos*, el *Trío Mexicano*, ya después llegaron los tríos más urbanos como *Los Panchos*, *Los Tres Ases*, *Los Tres Diamantes*, *Los Tres Caballeros*. Eran programas con música muy variada, por ejemplo, primero intervenía un trío, luego un bolerista, enseguida un cantante serio, una cancionista, un conjunto musical, una orquesta, en fin. Pero también había otro tipo de programas, por ejemplo de ópera u opereta.[66]

Y sobre los programas de "aficionados", el musicalizador y efectista de sonido, recuerda:

> A esos programas llegaba la gente que quería concursar, que se sentía con posibilidades de convertirse en cantante profesional. Se hacía un chequeo previo, con un maestro, un músico que trabajara en la estación, y si le veía posibilidades el maestro, pasaba a concursar. Más o menos todos los que concursaban tenían algunas cualidades, pero algunos la *regaban* a la mera hora de la transmisión y les tocaban la campana, porque se les tocaba una campana a los que no cantaban bien para indicarles que estaban fuera. Pero a los que se les veían posibilidades la propia estación les daba una oportunidad; Amado C. Guzmán, que era el director artístico de la XEW, estaba *checando* ese tipo de programas y cuando veía a alguien con posibilidades, ya fuera mujer u hombre, lo llamaba y lo ponía a ensayar. Si le parecían buenos, con posibilidades, los empezaba a utilizar en los *tiempos muertos* o para cubrir ausencias. "No va a venir fulano de tal o no vino fulana, y ahora sí, vente a suplirlo". Siempre había, en todos los programas, gente esperando una oportunidad. Y hubo varios que llegaron a ser figuras: Amparo Montes comenzó así; ella siempre estaba tejiendo ahí con las telefonistas de la W esperando a ver si había una oportunidad para entrar a cantar; lo mismo que María de Lourdes, la *Rancherita del Norte*. También *Chela* Campos, *La dama del bastón*,

---

El programa duraría cuatro meses y se tenían cinco participantes diarios. *Radiolandia* no. 366, 9 de septiembre de 1951.

[66] Entrevista con Vicente Morales, realizada por el autor. Julio de 2003.

> sobrenombre que le puso don Pedro de Lille, salió de los programas de aficionados.[67]

Los programas de "aficionados" constituían una de las formas en que las radiodifusoras se nutrían de nuevos talentos, pero había otras. Una era la "prueba" a la que los aspirantes a cantar profesionalmente eran sometidos en las emisoras a solicitud de ellos mismos: el joven o la joven llegaban a las estaciones con alguna tarjeta de recomendación expedida por su maestro de canto, o incluso sin recomendación, y pedían una "oportunidad" para ser escuchados. Un músico que gozara de la confianza del director artístico de la estación lo sometía a examen y si el aspirante llenaba los requisitos se le informaba al propio director artístico para que tomara la decisión de admitirlo o no; si la decisión era afirmativa se le buscaba acomodo como suplente o en programas *mañaneros*. "En aquella época –cuenta don Vicente Morales— nos pagaban a todos por programa, de manera que los aspirantes no ganaban nada en los lapsos que pasaban ahí en los pasillos esperando una oportunidad".[68]

Otra forma de captar nuevos talentos era mediante la búsqueda de jóvenes con posibilidades en diferentes escenarios, por ejemplo, teatros, cabarets o carpas. Había buscadores profesionales que trabajaban para las radiodifusoras o para las empresas discográficas, o incluso de manera independiente, por su cuenta; en este último caso podían recibir alguna cantidad de dinero por parte de las emisoras o las disqueras si el prospecto que les presentaban tenía talento. Así lo recuerda don Vicente Morales:

> Efectivamente, había buscadores de talento. Por ejemplo, yo tengo un cuñado que trabajaba en Orfeón y él iba a diversos lugares, teatros, cabarets, para ver cantantes o músicos que trabajaban ahí. Si los veía bien, con buenas posibilidades, les hacía la proposición y les sacaba una cita para hacer su *casting*, su prueba. En aquella época se buscaba que se llenaran todos los atributos: buena voz, buena presencia, un estilo personal, para que el público se sintiera atraído. Las tres cosas eran muy importantes, no como ahora que parece que lo más importante es la presencia física, que le gusten a las señoras o a los señores, o a las chavas y los chavos, según sea el caso, sin importar que sean malos cantantes.[69]

[67] *Ibidem*.
[68] *Ibidem*.
[69] *Ibidem*.

Como se ha expuesto en los párrafos anteriores y puede apreciarse en los cuadros 5 y 6, en los que se incluye la programación completa de un día en las estaciones XEB y XEW, las estaciones de radio, durante los años cuarenta, difundían una amplia y plural gama de géneros y ritmos: la música ranchera, el bolero, los ritmos estadounidenses, los cubanos y ya en franca minoría, pero aún con presencia en el cuadrante, expresiones de música sinfónica, de cámara o de

CUADRO 5. PROGRAMACIÓN Y PAUTA COMERCIAL DE LA EMISORA XEB (1220 khz)
(15 DE OCTUBRE DE 1942)

HORA	PROGRAMA	HORA	ANUNCIO
8.00	Inicio de transmisiones. Concierto con melodías grabadas de origen "pampero"		
8.35	Noticiero Mundial, cortesía de cigarros Elegantes Extra	8.30	Cigarros Elegantes Extra
8.51	Programa con canciones rancheras	8.50	Brandy Español Lotería Nacional
9.03	Música grabada		
9.15	Programa con discos del organista Jesse Crawford		
9.30	Programa cigarros Campeones Extra	9.44	Lotería Nacional
9.48	Radio representación. Adaptador Adrián Fournier	9.47	Cerveza Corona Extra
10.20	Programa con el dueto "Oro y Plata"	9.48	Jabón América
10.25	Música mexicana	10.24	-- Maizena -- Vitalix, producto para el cabello -- Baile de los caminos -- Arena México
10.30	Programa musical de media hora con el instrumento "Novachord"	10.30	-- Princess Pat -- Elegantes Extra
11.00	Programa musical	11.00	Hora Haste (Relojes Haste)
11.00	Programa musical con el Trío Bohemio		
11.30	Música de marimba		
12.00	Página musical		
12.10	Canciones gitanas-rusas (grabaciones)		
12.15	Programa musical con Carlos de Nava acompañado por la orquesta de **Guillermo Alvarez y Alvarez**		
12.30	Música argentina y cubana (grabaciones)	12,45	Winter Smith
13.00	Programa musical	13.00	Parches El Gallo

13.30	Música grabada internacional	13.20	Palacio Chino
13.40	Programa de variedades “El mensajero de la suerte”, patrocinado por la Lotería Nacional. Se cuentan chistes, se dan a conocer los números ganadores de la Lotería y el Trío Chachalacas interpreta dos números musicales: “Me voy para la guerra” (canción ranchera) y “La leva” (huapango), además de un son huasteco.		
13.55	Promoción para la película “Los tres mosqueteros”, con **Cantinflas**. Se presenta el audio de una de las escenas.	13.55	Los Tres Mosqueteros, Palacio Chino
14.00	Noticiero Mundial		
14.14	Programa “Al Puerto de Veracruz”	14.14	Al puerto de Veracruz
14.32	Música tropical		
14.46	Programa de la embotelladora Seven-up (variedades)	14.45	-- Brandy Caballero -- Embotelladora Seven Up
15.01	Programa con el sexteto de Juan Manuel Mendoza		
15.32	Charlas con el cronista cinematográfico “Severo Corte”	15.32	Baile de las Wampas
15-40	Música de salón		
15.45	Concierto con el Cuarteto Típico Nacional		
16.00	Presentación del cantante Rangel con un bolero		
16.05	Concierto con la marimba “Alma Chiapaneca”		
16.15	Melodías bailables		
16.20	Programa “Canto de un bolero”, con Margarita Gamboa		
16.32	Música Sinfónica. Concierto con música grabada de alta fidelidad.		
17-02	Programa de los fabricantes del Parche del Gallo		
17.03	Programa con el trío **Hermanitas Ruiz Armengol**. Música tropical.	17.15	Mum, para evita mal olor
17.33	Programa con el **Trío Janitzio**		
17.46	Programa “Florido Jardín de Niños”		
18.15	Noticiero Mundial, cortesía de Cigarros Elegantes Extra	18.14	Mercería de Capuchinas
18.33	Música Sinfónica. Programa en grabaciones de alta fidelidad.		
18.47	Programa “Revista aéreo deportiva”, con **Julio Sotelo**	18.47	Revista Aéreo Deportiva
19.00	Recital de piano por Guillermo Alvarez y Alvarez		
19.16	Programa desde el Teatro Estudio “Juventino Rosas” de la XEB, presentación del gran tenor José Alvarez Carreño. Presentación de la orquesta española “Iberia”, así como de la eximia actriz Pura		

	Córdova y el primer actor Abraham Galán, declamando poesía		
20.00	Comedia dominical		
20.30	Programa Cigarros Elegantes Extra		
21.00	Programa Princess Pat		
22.00	Programas de productos de belleza Mandell de París	22.00	Mandell de París, productos de belleza
22.30	Noticiero Mundial, Cigarros Elegantes Extra		
22.45	Programa Publicidad Maya	22.45	Publicidad Maya
23.17	La estación sale del aire		

bel canto. Por supuesto, llama la atención el hecho de que aún no había estaciones especializadas en uno u otro tipo de música, sino que todas las emisoras trataban de incluir en su programación esos géneros o al menos la mayoría de ellos. Es decir, las estaciones no estaban aún especializadas ni por género musical ni por tipo de audiencia (edad, condición socioeconómica, etcétera) y a lo largo del día trataban de capturar la atención del mayor número posible de radioescuchas con una programación que resultara atractiva para los diversos tipos de público.

El cuadro 5, que muestra la programación de la XEB en octubre de 1942 da una idea de lo que ofrecía en esa época la radio del Distrito Federal, así como del tipo de marcas comerciales que se anunciaban en ella.

Por su parte, la XEW presentaba al finalizar los años cuarenta una programación musical que en su horario estelar, de las 7 a las 11 de la noche, incluía, sin duda, los mejores elencos, como se muestra el cuadro 6.

CUADRO 6. PROGRAMAS MUSICALES DE LA XEW
(Marzo de 1950)

Domingo 19.15 a 19.45: Cri cri el grillito cantor 19.45 a 20.15: Programa con **Lupe Alday**, Mario Alberto Rodríguez, **Trío Tamaulipeco**, Chema y Juana, Orquesta de Absalón Pérez. 20.15 a 20.45: “Cita con las estrellas”, con Roberto Cantú y la Orquesta de Gonzalo Chalo Cervera. 20.45 a 21.15: “Aventura”, con **Tomás Perrín**. Orquesta de Tomás Pérez Castañeda. 21.15 a 21.30: “Cita con las estrellas”. Lumiere y la Orquesta de Gonzalo Cervera. 21.30 a 22.00: “Semana musical”, con **Amparo Mon**tes, Hermanas Hernández, Jorge Fernández y la Orquesta de **Mario Ruiz Armengol**.
Lunes 19.15 a 19.45: “Estrellas Palmolive”, con **Emilio Tuero** y la Orquesta de **Gonzalo Curiel**. 19.45 a 20.15: “Leyendas Mexicanas”. Cuadro dramático, con Nacho García. 20.15 a 20.45: Los Kíkaros y la Orquesta de Carlos Tirado. 20.45 a 21.15: “Poemas y cantares”, con la Orquesta de Julio Cochard. 21.15 a 21.45: **Eva Garza**, Juan Bruno Tarraza. El Zorro (cómico argentino), Orquesta de **José Sabre Marroquín.** 21.45 a 22.15: Lupe Alday, **Mario Alberto Rodríguez**, Trío Tamaulipeco, Orquesta de Absalón Pérez. 22.15 a 23.00: Irma Vila, **Chucho Martínez Gil**, Mariachi “Perla” y Orquesta de **Tata Nacho**. 23.00 a 23.15: **Esmeralda** y el Conjunto de Roberto G. Treviño.
Martes 19.15 a 19.45: “Los niños catedráticos”, con Miliza Sierra y **Alvaro Gálvez y Fuentes**. 19.45 a 20.15: “Sorteo musical Coca Cola”, con la **Orquesta de Larry Sonn**. 20.45 a 21.15: “Fiesta de la canción” con **Sofía Alvarez**, Salvador García y la Orquesta José Sabre Marroquín. 21.45 a 22.15: Olga Puig, **Paco Sierra** y la Orquesta Ernesto Roemer. 22.15 a 23.15: **Elvira Ríos**, Rosalinda, Rizoblondo y la Orquesta de **Mario Ruiz Armengol**.
Miércoles 19.15 a 19.45: “Descúbralo usted”, con Valente Quintana, Bertillón y Nacho García Jr. 19.45 a 20.15: Mr. Lee y Alicia, **Miguel Aceves Mejía** y la Orquesta de **Juan García Esquivel**. 20.15 a 20.45: “Ancora de rubíes” con Hermanas Caprino y la Orquesta de Raúl Lavista. 20.45 a 21.15: “Saboreando su respuesta”**. Orquesta de Venus Rey**. 21.15 a 21.45: “Casa de huéspedes”, con Carlota Solares, *Che* Reyes, Hermanos Corpiño (Pedro D’ Aguillón. *Chato* Portillo Acosta, Víctor Alcocer), Conjunto de Nacho García. 21.45 a 22.15: Teatro Coca cola (radio teatro) 22.15 a 23.00: “Ritmos en Blanco y Negro” con Helene Heme, **La Torcacita**, Mariachi “Perla”, Cuarteto Jiménez, R. Laporte, Beatriz Murillo y sus ritmos. 23.00 a 23.15: Esmeralda y el Conjunto de Roberto G. Treviño.
Jueves 19.15 a 19.45: “Velada Philips” (cuadro dramático). Orquesta Ernesto. Roemer. 19.45 a 20.15: “El profesor de Colgate”, con Nono Arzu y Orquesta Venus Rey. 20.15 a 20.45: G. Kessel, Alva Mery, Los Ángeles del Infierno, Régulo y Madaleno, Orquesta de Chucho Rodríguez. 20.45 a 21.15: “La Hora del Aficionado”. 21.15 a 21.45: “Colegio del Amor”, con Anita Blanch, Guillermo Portillo Acosta, **Chela Campos**, Jorge Fernández, Hermanas Hernández y la Orquesta de Carlos Tirado. 22.15 a 23.15: Sebastián Muñoz, María Antonieta, Los Tres Vaqueros, **Las Tres Conchitas** y la Orquesta de Abel Domínguez.

Programas musicales de la XEW
(Marzo de 1950)
-- Hoja 2--

Viernes
19.15 a 19.45: Eva Garza, El Zorro (cómico argentino), **Juan Bruno Tarraza** y la Orquesta de José Sabre Marroquín.
19.45 a 20.15: "Romance Bouquet Colgate". Orquesta Carlos Tirado.
20.15 a 20.45: Tito Alvarez, Los Tres Vaqueros, Amparo Montes y la Orquesta de Mario Ruiz Armengol.
20.45 a 21.15: "Mi álbum musical", con Isauro Cantú Pinaud.
21.15 a 21.45: "Aeropuerto", con Ferrusquilla, Esmeralda, Cuarteto Jiménez y Ritmos de **Juan García Esquivel.**
21.45 a 22.15: Pastora Soler, Trío Tariácuri, Angel Garaza, **Joaquín Pardavé** y la Orquesta de Alejandro de la Torre.
22.15 a 23.00: Lupe Alday, Mario Alberto Rodríguez, Trío Tamaulipeco, **Chema y Juana**, Orquesta Absalón Pérez.
23.00 a 23.15: Esmeralda y el Conjunto de Roberto G. Treviño.

Sábado
19.08 a 19.15: Conchita Zavala y Dueto Monterrey.
19.15 a 19.45: "**Cri cri el grillito cantor**".
19.45 a 20.30: "Canción de Cuna", con María Luisa Carvajal, Coros de la Basílica y Orquesta de Gonzalo Chalo Cervera.
20.30 a 21.00: **Lupe Alday**, Mario Alberto Rodríguez, **Trío Tamaulipeco** y Orquesta de Absalón Pérez.
21.00 a 21.30:"Mujeres de México", con **María Luisa Landín**, Hermanos Reyes y Orquesta de **Juan García Esquivel**.
21.30 a 22.15: Orquesta de Fernando Vilchis y Alberto Ferrari.
22.15 a 23.15: Chavela Durán, A. Pineda y Orquesta de **Ernesto Pelón Riestra**.
23.15 a 23.30: Virginia Llaca y sus ritmos.

Fuente: *Radiolandia*, 23 de marzo de 1950, p. 14. Programación de la semana del 23 al 30 de marzo de 1950.

3.3. *XEW vs. Radio Mil: guerra en el cuadrante*

Para los años cuarenta, el predominio de la XEW como la emisora con mayor audiencia y más recursos económicos dentro del cuadrante del Distrito Federal estaba plenamente consolidado. En la XEW y en su emisora filial, la XEQ, también propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta, se difundían los programas de más audiencia y espectacularidad, no sólo del DF sino del país. Esta situación se vio reforzada por el hecho de que, en 1941, Azcárraga y el señor Clemente Serna Martínez decidieron asociarse y fundar Radio Programas de México, primera empresa que utilizó los discos y la cinta magnética para grabar los mejores programas de la XEW y la XEQ con el objetivo de distribuirlos en diferentes emisoras de país. RPM operaba así:

> En los estudios de cualquiera de las dos más importantes radiodifusoras de México, la XEW y la XEQ, cuando se origina unos de esos importantes y costosos

> programas que han de difundirse en todo el país para que los patrocinadores obtengan esa efectividad prodigiosa que da la publicidad bien hecha, y bien distribuida, simultáneamente a su transmisión (...), el programa está siendo grabado en grandes discos de acetato o de cristal, captando hasta los más mínimos detalles del programa en cuanto a actuación de los artistas, actores, ejecutantes musicales y sonido se refiere. Minutos más tarde de haber sido impresionado el programa se procede a la confección de copias, discos también, idénticos en pureza y calidad al original, las que más tarde han de enviarse a todas las emisoras afiliadas a las dos grandes cadenas. Es entonces cuando se procede a la sincronización de esos programas para ser difundidos simultáneamente en todo el país. Por los medios de comunicación más rápidos y seguros, esos programas "impresos" se envían a las radiodifusoras que (...) forman las dos más grandes cadenas de radiodifusión, mismas que se encargan de hacer llegar a todos los hogares mexicanos esos magníficos programas que antes sólo disfrutaban los radioescuchas capitalinos... Este sistema, complicado y costoso pero efectivo, se emplea en casi todas las transmisiones de programas musicales y programas dialogados de esos que se transmiten en serie. Para lograr una calidad de sonido, RPM adquirió a gran costo dos soberbias máquinas como las usadas en los E.E.U.U. por las grandes compañías de radiodifusión. En dichas máquinas se logra producir las más perfectas transcripciones eléctricas por el moderno y preciso sistema ortoacústico; sistema que exige tal laboriosidad al ser ejecutado que invariablemente sus operadores tienen que permanecer ante la máquina hasta catorce horas al día.[70]

De esta manera, los programas de radio, musicales o de cualquier otro formato, adquirieron una dimensión distinta. Si antes, las grandes producciones radiofónicas se guardaban sólo en la memoria de los radioescuchas o se registraban en crónicas periodísticas, a partir de los años cuarenta pudieron ser grabadas en un soporte físico (un disco de acetato o de cristal) y ser reproducidos posteriormente. No hay, lamentablemente, grabaciones de los programas inaugurales de la XEW o de la XEB, pero sí de programas realizados y transmitidos en los años cuarenta, cincuenta o sesenta que permiten conocer cómo era la radio. Radio Programas de México, sin duda una de las empresas más importantes en la historia de la radiodifusión mexicana, obtuvo mediante esta forma de operación enormes beneficios económicos y poder político en esa industria. Por ejemplo, en 1944, a sólo tres años de haberse fundado, RPM había aumentado sus ganancias en 300 por ciento[71] y controlaba las cuentas publicitarias de 130 importantes compañías entre las que destacaban Pepsi Cola, Palmolive y Sidney Rose. Tenía como afiliadas a más de la mitad de las

---

[70] *Radiolandia*, 10 de enero de 1943, p.5.
[71] *Radiolandia*, no. 104, 21 de julio de 1944, p. 6

estaciones que existían en los estados de la república cuyos propietarios decidieron adherirse al sistema RPM para tener acceso a los grandes programas de la “W” y la “Q” (lógicamente las pequeñas emisoras de provincia no estaban en condiciones de producir esa clase de emisiones) y para gozar de los servicios de asesoría técnica que la empresa brindaba. Esto, por supuesto, dotó a los señores Azcárraga Vidaurreta y Serna Martínez de un liderazgo muy fuerte en esa industria.

Pero si el primer lugar de la XEW en el gusto de los radioescuchas era incuestionable durante los años cuarenta, la batalla por el segundo lugar era intensa y en ella intervenían tres emisoras: XEB, XEQ y XEOY-Radio Mil. Esta última, fundada en 1942, salió al aire el 10 de marzo de ese año a través de los 1000 kilohertz y con 10 mil watts de potencia. Las estrategias de estas emisoras para lograr la atención de los radioescuchas fueron distintas. XEB se había esforzado durante varios años por conformar un elenco de músicos, cantantes y actores surgidos o desarrollados en la propia emisora. XEQ funcionaba como generadora de estrellas jóvenes. Ambas emisoras nutrían de talento musical y actoral a la XEW, pues una vez convertidos en *estrellas*, muchos de los jóvenes que surgían en esas emisoras buscaban pasar a la “W”, aspiración de todos los que deseaban trascender en la radio. Radio Mil, en cambio, siguió una estrategia distinta: aparte de crear un elenco a base de jóvenes, formuló atractivas ofertas económicas a *estrellas* radiofónicas, preferentemente de la XEW, para que pasaran a sus filas con el fin de colocarse de inmediato en los primeros lugares de audiencia.

De esta manera, la prensa de espectáculos de la época se llenó de notas que informaban sobre el traslado de estrellas de la “W” a la emisora de los 1000 khz, fundada por los señores Ignacio Díaz Raygosa y José Iturbe Limantour, nietos respectivamente del expresidente de México, Porfirio Díaz, y del secretario de Hacienda durante el porfiriato, José Ives Limantour.[72] En diciembre de 1942, Radio Mil anunció la contratación de Emilio Tuero “El barítono de Argel”, quien había sido

---

[72] Un análisis detallado sobre la fundación de XEOY Radio Mil puede verse en *Las Mil y Una Radios*, ed. Mac Graw Hill, México, 1996, libro “biográfico” del Núcleo Radio Mil, escrito por Gabriel Sosa Plata y Alberto Esquivel.

por más de 10 años estrella en la XEW,[73] y del para ese momento ya legendario Ignacio Fernández Esperón, *Tata Nacho*, quien actuó para Radio Mil con su rondalla integrada por 40 músicos y cantantes.[74] También el joven valor de la canción ranchera, *Cuco* Sánchez, quien había debutado en la XEW en 1940, pasó a Radio Mil ese año. Después, en 1943, llevó a sus micrófonos al cantante Chucho Martínez Gil, al espléndido compositor y arreglista Mario Ruiz Armengol y al trío *Los Calaveras*.[75] Más adelante contrató a la "exquisita cancionista Ana María González".[76] Asimismo, Radio Mil realizó varios controles remotos desde el Palacio de Bellas Artes y adquirió en exclusiva los derechos para transmitir los conciertos de la Orquesta Sinfónica Nacional, dirigida por Carlos Chávez.[77] Otras adquisiciones de XEOY-Radio Mil para competir con la "W" fueron la bolerista María Luisa, proveniente de la XEQ, María Elena Marqués, cantante de ranchero, y la ya para entonces veterana diva del teatro de revista en la época revolucionaria, María Conesa.[78]

Ante el afán de competencia mostrado por Radio Mil, la XEW respondió con espectaculares contrataciones. En enero de 1943, para contestar de manera inmediata al reto de Radio Mil, contrató al compositor puertorriqueño Rafael Hernández, quien radicaba en México desde una década antes y era exclusivo de XEB, emisora en la cual había sido director artístico. *El Jibarito* Hernández era célebre por sus canciones *Lamento Borincano*, *Capullito de Alhelí*, *Desvelo de Amor* y *Cachita*, nombre, este último, que llevaba su orquesta.[79] En la "W" protagonizó un programa patrocinado por el analgésico *Mejoral* donde Toña La Negra y Wello Rivas, el intérprete favorito de Hernández, entonaban canciones de éste. En junio de 1943, "W" anunció la reaparición de Jorge Negrete para "estelarizar un conjunto de presentaciones patrocinadas por la Lotería Nacional".[80] Un año después, dio a conocer la incorporación a su elenco de Pedro Infante

[73] *Radiolandia*, 25 de diciembre de 1942, p. 3.
[74] *Ibidem*.
[75] *Radiolandia*, 10 de enero de 1943, p. 19.
[76] *Radiolandia*, 23 de junio de 1944, p. 1.
[77] Sosa Plata y Esquivel, *op.cit*., p 45.
[78] *Ibid*. p. 41.
[79] *Radiolandia*, 30 de enero de 1943, p. 3.
[80] Véase *Radiolandia*, 25 de mayo de 1943 y 25 de julio de 1943.

"magnífico cancionero y popular artista cinematográfico" para protagonizar el programa *El Colegio del Amor*.[81] Infante había ingresado a la XEB en 1939 y trabajado como artista base de esa emisora durante cuatro años. Uno de sus últimos trabajos en la "estación de El Buen Tono" fue una serie legendaria llamada *México Ríe* cuya estrella era el actor y compositor Joaquín Pardavé, quien invitó a Pedro y a la cancionista Margarita Romero para interpretar sus canciones con el acompañamiento de una orquesta dirigida por el propio Pardavé. El programa, transmitido *en vivo* desde el teatro-estudio "Juventino Rosas" de la XEB duró todo el segundo semestre de 1943 con gran éxito de audiencia, lo que sirvió para que Pedro Infante, entonces muy joven, interesara a la XEW.[82]

Aunque Radio Mil logró colocarse en los primeros lugares de audiencia en el primer lustro de los años cuarenta, su gran despliegue de recursos para intentar competir con la XEW no fue suficiente. La emisora de Emilio Azcárraga Vidaurreta siguió siendo la más escuchada y Radio Mil debió conformarse con pelear el segundo lugar con la XEB y la XEQ.

En el Verano de 1943, la distancia entre la "W" y las demás emisoras en cuanto a captación de audiencia era la que se muestra en el cuadro 7:

CUADRO 7. ESTACIONES MÁS ESCUCHADAS EN EL DISTRITO FEDERAL (Verano de 1943)

Estación	Porcentaje
XEW	66.26%
XEB	8.5%
XEOY (RADIO MIL)	7.2%
XEQ	7.1%
OTRAS	10.93%

Fuente: Encuestas realizadas por la Oficina del Coordinador de Asuntos Interamericanos del gobierno de Estados Unidos (OCAIA) entre el 12 de julio y el 12 de septiembre de 1943. Reproducido por José Luis Ortiz Garza en *La Guerra de las Ondas*, p. 49**.**

[81] Véase *Radiolandia* 16 de junio de 1944 y 4 de agosto de 1944.
[82] *Radiolandia*, 16 de abril de 1943, p. 3.

Unos meses después, en el invierno de 1943-1944, esas mismas estaciones ocupaban los primeros lugares en la preferencia del público, aunque la segunda posición había cambiado, según se aprecia en el cuadro 8:

CUADRO 8. ESTACIONES MÁS ESCUCHADAS EN EL DISTRITO FEDERAL (Invierno de 1943-44)

Estación	Porcentaje
XEW	72.1%
XEQ	7.3%
XEOY (RADIO MIL)	6.6%
XEB	5.8%
OTRAS	8.2%

Fuente: Encuestas realizadas por la Oficina del Coordinador de Asuntos Interamericanos del gobierno de Estados Unidos (OCAIA) entre el 27 de diciembre de 1943 y el 30 de enero de 1944. Reproducido por José Luis Ortiz Garza en *op.cit* p. 51.

En el segundo lustro de los años cuarenta, Radio Mil tuvo que recular; su pretensión de competir con la “W” en el propio terreno de ésta, es decir, destinando una enorme cantidad de recursos para contratar *estrellas* radiofónicas y produciendo programas espectaculares había provocado que la emisora de los 1000 kilohertz quebrara financieramente. Para 1945 la mayor parte de los intérpretes musicales que Radio Mil había contratado con gran despliegue publicitario estaban de regreso en sus radiodifusoras de origen: XEOY no podía seguirles pagando las fuertes sumas con que los había atraído uno o dos años antes. Chucho Martínez Gil y Emilio Tuero habían retornado a la XEW, mientras que la cancionista Margot Gamboa, llevada desde la XEB, regresaba a la estación de El Buen Tono. Radio Mil se quedaba sin *estrellas*, con un elenco que no despertaba interés en el público ni en los anunciantes y entraba en una crisis financiera que la condujo a no tener dinero para pagar la nómina y enfrentar en mayo de 1945 una huelga de sus trabajadores, por cierto la primera que se registró en la historia de la radio mexicana.[83] Con el fin de contar con recursos para enfrentar la crisis, el señor José Iturbe Limantour, dueño de Radio Mil decidió vender el 35 por ciento de las acciones de su empresa nada menos que a Emilio

[83] Sosa Plata y Esquivel, *op.cit*., p 64-65.

Azcárraga Vidaurreta.[84] Un lustro después, en 1950, Radio Mil sería vendida al señor E. Guillermo Salas Peyró, quien, como veremos enseguida, impulsaría a través de esa y otras emisoras adquiridas por él en los años cincuenta una nueva forma de operación radiofónica en donde los programas *en vivo* cederían paulatinamente su lugar a los materiales grabados.

La desproporción en los niveles de audiencia de las emisoras del Distrito Federal a favor de la XEW tenía una explicación relativamente sencilla: la composición de los elencos artísticos, en especial los musicales. Como puede verse en los cuadros 9, 10 y 11, la elite del espectáculo en la época se concentraba en la "W"; a esa radiodifusora pertenecía la mayor parte de los cantantes, compositores, directores de orquesta y grupos cuya música ocupaba los primeros lugares en las listas de popularidad (véase el capítulo III de este trabajo) y las *estrellas* musicales que, además de grabar discos y aparecer en la radio, filmaban películas. Por su parte la XEQ tenía también un elenco sólido, con menos *estrellas* que la "W", en el que destacaban especialmente jóvenes que más adelante ingresarían a la elite. La XEB, tenía un grupo más modesto cuyos integrantes, en su gran mayoría, se perdieron en el olvido, si bien gozaron de cierta popularidad en su momento, y sólo algunos, como Pedro Infante, lograron permanecer de manera perdurable en la memoria colectiva. Un análisis comparativo de los elencos que ofrecían al público estas tres emisoras puede hacerse a partir de los cuadros 9, 10 y 11.

---

[84] *Ibidem*.

CUADRO 9. ELENCO MUSICAL DE LA XEW
(1943)

Cantantes Mujeres: 38 Entre ellas: Ana María Fernández, **Ana María González**, Chelo Flores, **Chela Campos**, Elvira Rios, Fanny Anitúa, **Josefina *La Chacha* Aguilar**, Lupita Palomera, **Lupe Alday**, Lucha Reyes (fallecida en 1944), Matilde Sánchez *La Torcacita*, **María Elena Marqués**, Sofía Alvarez y **Toña la Negra**.
Cantantes hombres: 26 Entre ellos: **Alfonso Ortiz Tirado**, Antonio Badú, **Fernando Fernández**, Genaro Salinas, **Juan Arvizu**, Jorge Negrete, **Luis G. Roldán**, Miguel Aceves Mejía, **Pedro Vargas**, Paco Sierra, **Pepe Guízar**, Ramon Armengod, **Tito Guízar**.
Grupos: 10 Entre ellos: **Hermanas Águila**, Son Clave de Oro.
Solistas instrumentales: 10 Entre ellos: **Agustín Lara** (pianista), Alfredo Núñez de Borbón (violinista), **Antonio Bribiesca** (guitarrista)
Orquestas: 18 Entre ellos (se cita el nombre del director): **Alberto Domínguez**, Abel Domínguez, **Alfredo Núñez de Borbón**, Elías Breeskin, **Gabriel Ruiz**, Juan García Esquivel, **José Sabre Marroquín**, Julian Carrillo, **Mario Talavera**, Noé Fajardo.
Grupos Guitarras: 10 **Cuates Castilla**, Hermanos Martínez Gil, **Mariachi Marmolejo**, Mariachi Vargas, **Trío Tariácuri**, Trío Tamaulipeco.
Compositores exclusivos: 25 Entre ellos: **Agustín Lara**, Abel Domínguez, **Alberto Domínguez**, Alfredo Núñez de Borbón, **Francisco Gabilondo Soler** (Cri cri), **Gabriel Ruiz**, Gonzalo Curiel, **José Sabre Marroquín**, Juan S. Garrido, **Manuel Esperón**, Mario Talavera, **Nicandro Castillo**, Pepe Guízar.

Fuente: *Radiolandia*, 10 de enero de 1943.

Los años cuarenta marcan el punto culminante de la radio como el medio de comunicación de mayor importancia en la Ciudad de México, el que ocupaba el sitio fundamental en la vida cotidiana de sus habitantes. La radio acompañaba la jornada diaria con noticias, música, programas "para el hogar", programas dirigidos a los niños, radionovelas y radioteatros, y espectaculares programas musicales y de variedades. El tiempo libre y el laboral podían transcurrir con la compañía de la radio. Para acceder a la prensa había que saber leer; el cine, por su parte, es un espectáculo al que la inmensa mayoría de las personas no podía acudir diariamente. La radio, en cambio, sólo exigía tener en buenas condiciones

CUADRO 10. ELENCO MUSICAL DE LA XEQ
(1943)

Cantantes mujeres: 11 Entre ellas: Eva Garza, **María Luisa Landín** (pasó a Radio Mil en 1944 para regresar a la Q un año después), **Blanca Estela Pavón**.
Cantantes hombres: 26 Entre ellos: Mario Alberto Rodríguez**, Néstor Mesta Chaires**.
Conjuntos y orquestas: 16 Entre ellos: **Orquesta Gonzalo Curiel** y Orquesta Ernesto Riestra
Directores-arreglistas: 14 Entre ellos: **Gonzalo Curiel**, Alfonso Esparza Oteo, **Gamboa Cevallos**, Rafael de Paz.
Compositores exclusivos: 13 Entre ellos: Roque Carbajo, Gonzalo Curiel, **Armando Domínguez**, Alfonso Esparza Oteo, **Consuelito Velázquez**.

Fuente*:* *Radiolandia*, 10 de enero de 1943**.**

CUADRO 11. ELENCO MUSICAL XEB
(1943)

Músicos y grupos musicales: Pianista Jene Alvarez, **Quinteto Evocador del maestro Ernesto Belloc**, **Conjunto de Guillermo Alvarez y Alvarez**, guitarrista Renán García, Marimba Alma Chiapaneca, cellista Teófilo Ariza, Orquesta Tropical de Antonio Escobar, Conjunto de Salvador Rangel, Quinteto del maestro Luis Gómez, Orquesta Hawaina de Edmundo Domínguez, Cuarteto Típico Nacional, Orquesta Alma Española, Orquesta del compositor Raúl Alcántara, **Orquesta de Miguel Prado**, Orquesta La Calandria de Félix Sanata, Conjunto Yucateco de Lora Foster, **Conjunto del compositor Federico Bahena**, Conjunto de Ernesto Tafoya, **La Doble Orquesta de Roy Carter**, Quinteto del maestro Jesús Corona, **Orquesta Típica de la Ciudad de México**, Orquesta de Jesús Corona, Orquesta de Juan Luis Cabrera, **Orquesta de Adolfo Girón**.
Cantantes y grupos vocales: Hermanas Sevilla, **Trío Janitzio**, Trío Chachalacas, barítono Manuel Flores, cancionera Gloria Cosío, **cancionero Alfonso Bruschetta**, tenor Ramiro de Córdova, Los Abajeños, Trío Lira Criolla, José Alatorre, **Dueto Oro y Plata**, Trío Bohemio, tanguista Carlos Nava, cancionera Margot Gamboa, Trío Hermanitos Ruiz Armengol, tenor José Alvarez Carreño, **tenor Paco del Rey**, cancionera Mary Luz (La de la Hermosa Voz), soprano Cecilia García, Juan Manuel Mendoza, soprano Carmen del Río, **Enrique Quesada (posteriormente primera voz del trio Los Diamantes)**, tenor David Lama, tenor José Meza, Trío Armónico Hermanos Flores, Vicente Bergman, cancionera Margarita Romero, cantante María Luisa Piña, **Miguelito Valdés**, Laurita y Ray con sus mariachis, barítono Ramón García, Paco de Mireles, Socorro La cancionera del Bajío, cantante Ramiro Gómez Kent, cancionera María Eugenia, tenor Fernando Rincón, Carolina Quintero, cantante Estela González, cancionera Mercedes Flores, Sara del Río, **Pedro Infante**.

el sentido del oído para percibir una oferta que abarcaba cotidianamente, en esa época, doce horas continuas.

Sin embargo, la desproporción en los niveles de audiencia a favor de la XEW provocó que algunas radiodifusoras comenzaran a analizar y poner en práctica nuevos sistemas para dar un mejor aprovechamiento comercial al medio y resultar atractivas para el anunciante. Buscar nuevas formas de competir con la W era vital para sobrevivir en el medio radiofónico. En los años cincuenta, E. Guillermo Salas, dueño de Radio Mil, logró desarrollar una fórmula de explotación radiofónica que fracturaría el dominio de la XEW y, al final de la década, colocaría en crisis a la poderosa emisora de Emilio Azcárraga Vidaurreta. "Segmentar la audiencia" y operar a base de música grabada en discos (o sea, volver "disqueras" a las estaciones) constituyeron el fundamento de esa fórmula.

4. Los años cincuenta: las estaciones "disqueras"

4.1. *Audiencia segmentada*

En 1953 la XEW mantenía su altísimo nivel de audiencia con respecto a las demás radiodifusoras: dos terceras partes de los radioescuchas sintonizaban la W. Según el publicista Juan Durán y Casahonda, una encuesta "casa por casa" hecha por la compañía El Radiómetro de México entre noviembre y diciembre de 1953 en el Distrito Federal, revelaba que de 6 mil 580 hogares con radio encendido, 3 mil 299 escuchaban XEW y en ciertos horarios el porcentaje subía hasta 70 o 75 por ciento. "No es extraño entonces --decía Durán y Casahonda-- que los grandes anunciantes sostengan que la XEW es el mejor mostrador de ventas de América.[85] La emisora de Emilio Azcárraga Vidaurreta no parecía tener fisuras, su elenco se mantenía como el mejor del país y los patrocinios para sus programas fluían con agilidad. Por eso era necesario crear nuevas formas de utilizar comercialmente la radio, pues competir con la XEW a partir de los parámetros de explotación radiofónica que esta emisora había impuesto al paso de los años no parecía tener posibilidades de éxito. Así lo había mostrado la desafortunada experiencia de Radio Mil unos años antes.

---

[85] *Radiolandia* núm. 466, junio de 1954, p. 4.

Al elenco de la "W" no se le podía competir con músicos y cantantes desconocidos o medianamente populares. Asimismo, a las grandes producciones *en vivo* de la emisora de Azcárraga Vidaurreta, no se les podían oponer programas de producción barata. La única forma de competir con la "W", e incluso con la XEQ y la XEB, que contaban también con buenos elencos musicales, si bien con menor jerarquía, era a través de una nueva fórmula que, de manera simultánea, abatiera los costos de producción para las emisoras y les permitiera contar con una oferta musical atractiva para el público. Esa fórmula fue encontrada por Guillermo Salas Peyró, dueño de Radio Mil a partir del primer lustro de los años cincuenta.

La idea de este radiodifusor fue enfrentar al elenco de estrellas de la XEW con otro elenco igualmente estelar pero no con transmisiones *en vivo*, sino a base de grabaciones. Si una emisora no tenía los recursos para contratar un músico, un cantante o un grupo musical de gran fama para presentarlo en su "teatro-estudio", podía, en cambio, adquirir la grabación discográfica de una celebridad nacional o internacional y difundirla a través de su frecuencia. Asimismo, había que terminar con la forma entonces habitual de operación radiofónica, la cual exigía a las estaciones programar a lo largo del día diversos tipos de música para tratar de complacer a todos los radioescuchas que se acercaran a ella. Como hemos visto en este capítulo, las emisoras solían, en los años treinta y cuarenta, ofrecer a la audiencia una programación variada que incluyera elementos atractivos para los diferentes grupos de edad, sexo, condición económica, etcétera; es decir querían abarcar a *todo* el público. La nueva forma de operación consistiría en "segmentar" la audiencia, localizar una parte de la población que tuviera gustos específicos de acuerdo a características como las mencionadas antes (sexo, edad, nivel socioeconómico) y armar una programación que pudiera ser atractiva para un determinado sector de la audiencia. Grabaciones y "segmentación", es decir, localización de grupos específicos, habrían de ser el arma con que a partir de los años cincuenta se empezaría a fracturar el predominio de la XEW en el ámbito de las audiencias radiofónicas. Así lo recordó el señor Salas Peyró:

> Reestructuré Radio Mil y, en vez de compromisos con orquestas, cantantes, cancioneros, cronistas, etc., que era sumamente costoso y que era una competencia muy directa para XEW y XEQ, formulé algo nuevo. Si ellos tenían grandes orquestas, artistas muy conocidos, yo también debía tener grandes orquestas y muy buenos cantantes, pero en grabaciones. Cuando yo iba a vender a las agencias de publicidad me preguntaban si había algún espacio de música viva y la respuesta fue siempre: ”No, todo es grabado”. Fue entonces que empezamos a seleccionar mucho, nos dedicamos a buscar lo mejor de la música grabada del gusto popular, y así logramos tener un auditorio, desde luego no igual al que tenía la XEW, pero sí muy cercano. Fue muy favorable porque esto nos dio la oportunidad de extendernos.[86]

La propuesta de Guillermo Salas Peyró se desarrollaría y fortalecería en la década de los cincuenta, luego sería adoptada por otras empresas radiodifusoras y daría lugar a un fenómeno conocido como “estaciones disqueras” que cambiaría el rumbo de la radio en México. En 1953, Salas adquirió otra emisora, la XEBS, y ensayó una variante de su propuesta: especializar las dos estaciones que poseía para cubrir públicos específicos con cada una de ellas. Así, XEOY-Radio Mil estaría fundamentalmente dirigida a los jóvenes de *clase media*, mientras que XEBS, a la que le fue puesta como identificación “Radio Sinfonola”, lo estaría a los adultos de “clase baja”.[87] En 1957, Radio Mil puso a funcionar la emisora de frecuencia modulada, XEOY FM, y en 1958, la empresa adquirió otras dos estaciones: XEMX “Radio Femenina” y XEPH “Radio 590”. De esta manera, con un grupo de cinco emisoras, la empresa pudo profundizar su proyecto de “segmentar” a la audiencia y ofrecer a cada sector elegido una programación distinta. Para 1959, este grupo radiofónico ofrecía cinco distintas programaciones a otros tantos segmentos de audiencia:

XEOY “Radio Mil”: Estaba dirigida a las “clases socioeconómicas A y B, hombres y mujeres... en plena edad de productividad y consumo... las de mayor capacidad económica y cultural... y en condiciones de adquirir... todo clase de productos de los que se anuncian, desde los más bajos de precio hasta los más costosos”.[88] Su oferta programática estaba integrada por “música internacional” de

---

[86] Entrevista de Gabriel Sosa Plata al señor Guillermo Salas Peyró, en Sosa Plata y Esquivel, *op.cit*. p. 83.
[87] *Ibid*. p. 84.
[88] *Boletín Radiofónico*, octubre de 1958, p. 30.

diversos orígenes (Estados Unidos, Francia, Italia) con atención especial a las que ocupaban los primeros lugares de popularidad en el *Hit Parade* estadounidense. También trataba de estrenar éxitos musicales de intérpretes mexicanos a través de sus grabaciones más recientes, especialmente números orquestales.

“Radio 590”: Buscaba un público “estudiantil” de entre 14 y 24 años, el cual se calculaba en 350 mil personas en la Ciudad de México. A ese público la estación ofrecía música “moderna” con intérpretes juveniles. Fue, junto con “Radio 620” y Radio Éxitos (790 de AM) una de las primeras emisoras en programar discos de *rock and roll* en el Distrito Federal. Hacia finales de la década armaba su programación musical con 80 canciones, 20 de las cuales eran del *Hit Parade* estadounidense, 20 elegidas de las listas de popularidad mexicanas, siempre con respeto al criterio de que fuera “música juvenil” y 40 más que eran “*hits* musicales en boga”.[89]

XEFX “Radio Femenina”: Adquirida en 1958 por Radio Mil, esta emisora difundía en los años cincuenta programas dirigidos básicamente “a la mujer”. El alto mando de Radio Mil complementó la oferta con “música romántica”.[90] En 1959 la estación se transformó en “Radio Eco” y acentuó su perfil musical “romántico”, pero pensando ya no sólo en las mujeres, sino también en los hombres.

XEBS “Radio Sinfonola”: Se dirigía a las “clases populares” y les ofrecía los géneros musicales que, según los directivos de Radio Mil, les correspondían: “boleros, música ranchera y ritmos tropicales”.

XEOY FM: Tenía un público calculado en 25 mil radioescuchas (la FM apenas iniciaba en México), el cual era considerado de “gusto exigente” y se le ofrecía una programación musical “cuidadosamente seleccionada”.[91]

---

[89] Sosa Plata y Esquival, *op. cit*. p. 84.

[90] En 1958, “Radio Femenina” construía su propio *top ten* integrado básicamente por boleros. En noviembre de ese año la lista de 10 éxitos se integraba por: 1) “Azul pintado de azul” (canción), “Corazón de melón” (chachachá), “Regálame esta noche” (bolero), “Siete notas de amor” (bolero), “Escríbeme” (bolero), “Patricia” (mambo), “En mi soledad” (bolero), “Allá tú” (bolero), “Pequeña serenata” (bolero), “Vete de mí” (bolero). Le emisora definía así su programación: “novedosa combinación de música romántica nacional e internacional, así como los éxitos del desfile de popularidad en México dan a Radio Femenina un toque de exclusividad musical”.

[91] Sosa Plata y Esquival, *op. cit*. p. 88.

4.2. *Crisis de la radio “en vivo”*

La “fórmula Radio Mil” captó rápidamente la simpatía de otras emisoras en el Distrito Federal. Muy pronto se entendió que el dominio sobre la captación de audiencia que ejercía la XEW sólo podía romperse con una forma de operación radiofónica distinta. Agrupar varias radiodifusoras, “segmentar” a la audiencia por edad o nivel socioeconómico y dedicar cada emisora a atender de manera específica esos segmentos se convertiría, a finales de los años cincuenta, en la forma preponderante de operar una emisora. Asimismo, la producción musical grabada se convertiría en el insumo principal de la industria radiofónica. Poco a poco irían quedando atrás los grandes programas estelares que dieron fama a la XEW, la XEQ o la XEB en los años treinta, cuarenta y el primer lustro de los cincuenta. La etapa que muchos han llamado “época de oro de la radio mexicana” llegaba a su fin. El programa grabado sustituía a la emisión musical *en vivo*, los anuncios prolijos que ponían a prueba el ingenio, dicción y capacidad de improvisación de los locutores, y los *jingles* grabados o *en vivo* que pregonaban con exuberancia gramatical productos y servicios, fueron desplazados por el *spot*, breve, directo y escaso de palabras, el teatro-estudio comenzó a entrar en desuso y la cabina se convirtió en el espacio privilegiado de la transmisión radiofónica. El trinomio locución-corte comercial-número musical grabado, reproducido una y otra vez en interminable sucesión, pasó a ser la forma habitual de funcionamiento para la radio. Y también aparecieron las “complacencias musicales”, solicitadas por los radioescuchas a través de telefonemas, y los programas de “votación” que enfrentaban a dos canciones una de las cuales –aquella que recibiera mayor número de peticiones— salía al aire. En 1959 el columnista de espectáculos y eventual compositor de boleros, Ramón Inclán, escribía:

> El sistema de programación radial que está actualmente de moda en las difusoras disqueras es el de las complacencias. En este terreno se pelean los telefonemas: XERH, XEB, Radio Variedades, Radio Éxitos, XEFR, Radio Sinfonola y XEDA.[92]

Sin duda, un factor que contribuyó a que en los años cincuenta las estaciones *disqueras* crecieran paulatinamente hasta convertirse en dominantes, fue el hecho

---

[92] Ramón Inclán, columna “Radio, tele y discos”, en *Hoy* no. 1179, 26 de septiembre de 1959, p. 63.

de que Emilio Azcárraga Vidaurreta dejó de considerar a la radio como el eje fundamental de sus negocios y volteó la mirada hacia la televisión. La puesta en funcionamiento de los tres primeros canales de televisión en la Ciudad de México (el 4, en 1950; el 2, en 1951, y el 5, en 1952), pero especialmente la fusión de ellos a través de la empresa Telesistema Mexicano, en 1955, introdujeron al ámbito radiofónico nuevas condiciones que habrían de alterar su existencia. Para finales de los cincuenta la televisión parecía más importante para Emilio Azcárraga Vidaurreta que la XEW y tanto ésta como la XEQ, lo mismo que la XEB, fueron arrastradas por la corriente “disquera” que se adueñaba del cuadrante. Aunque la “W” resistiría unos años el ataque de las estaciones *disqueras* y todavía en los años sesenta ofrecería programas musicales *en vivo* terminaría por plegarse a la nueva corriente.

Este paso de la radio *en vivo* a la radio *disquera* tuvo obviamente consecuencias en diversos ámbitos, por ejemplo el laboral y el de la creatividad radiofónica, al grado de que no son pocos quienes piensan que la radio “de calidad” recibió un golpe mortal en los años cincuenta con la irrupción de las estaciones *disqueras*. Don Vicente Morales, testigo de esos cambios, recuerda:

> Después de trabajar muchos años en XEQ, entré a trabajar a la XEL (Radio Capital) como operador porque se acabó la radio *en vivo* y la Q se volvió disquera; esto fue a fines de los años cincuenta o principios de los sesenta y nos presionaron para “abandonar el nido”. Nos liquidaron y todo, pero lo más doloroso fue que la radio como que se murió; empezó a trabajar a base de la fórmula disco y anuncio, disco y anuncio, nada más; muy diferente a la radio *en vivo*, que era divertida, que trataba de orientar, de educar, porque había programas de todo tipo y para todos los gustos. Creo que aquella radio era más seria, estaba mejor pensada; sus creadores pensaban más en el auditorio,
>
> Sobre las razones de este cambio yo creo que fueron simplemente comerciales. Con el sistema de ahora se toca una o dos canciones y cinco comerciales, les entra a las estaciones dinero a manos llenas. Antes se tenía que producir y un programa bien producido costaba dinero, había que traer artistas para que actuaran *en vivo*, orquestas, grupos, mariachis, personal técnico, locutores, creativos, guionistas, en fin, costaba dinero, pero los resultados eran buenísimos.
>
> También creo que influyó la llegada de la televisión, por ahí de la mitad de los cincuenta. Creo que sí fue un golpe para la radio *en vivo*, porque cuando la gente empezó a tener acceso a los televisores se fue alejando de la radio y aprendió, con la televisión, a “tener la vista fija”.[93]

[93] Entrevista con Vicente Morales realizada por el autor. Julio de 2003.

Hacia 1959 sólo dos emisoras, XEW y XEQ, seguían presentando algunos programas *en vivo*. El resto se habían hecho *disqueras*. Esto provocó que diversos sectores vinculados con la industria radiofónica, especialmente músicos y actores, mostraran preocupación por el carácter que habían asumido la mayor parte de las estaciones. Un reportaje aparecido en la revista *Radiolandia* exponía ese temor y revelaba que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, encargada de aplicar la normatividad en materia radiofónica, no podía obligar a las estaciones que difundían sólo música grabada a transmitir determinado número de programas *en vivo*. Pasar o no ese tipo de emisiones quedaba, por lo tanto, sujeto al criterio de los concesionarios.[94] *Radiolandia* proponía que la Asociación Nacional de Actores (ANDA) y el Sindicato Único de Trabajadores de la Música (SUTM) presionaran a las "estaciones disqueras" para que presentaran producciones *en vivo*, "antes de que, dada la competencia ruinosa de las disqueras, las pocas estaciones no disqueras (sólo 2 a estas alturas) se transformen también en disqueras y los agremiados de esas organizaciones se vean desplazados por discos o programas grabados".[95]

En realidad, el sindicato de músicos sí había tomado cartas en el asunto y hecho un esfuerzo por limitar los perjuicios que los programas grabados y las programación a base de discos estaban causando en el gremio. En 1954, el secretario general de ese sindicato, Juan José Osorio Palacios, en ese momento diputado por el Partido Revolucionario Institucional (PRI), presentó una iniciativa de "Ley Federal de Radiodifusión" en la que se incluían diversos artículos cuyo objetivo era proteger a la radio *en vivo* como una de las principales fuentes laborales de los músicos. La iniciativa de Osorio Palacios no se discutió en 1954, pero sí en 1958-1959 cuando el líder del SUTM volvió a ser diputado por el PRI. En uno de sus artículos, el proyecto presentado por el líder de los filarmónicos pretendía establecer la prohibición de transmitir música grabada en las radiodifusoras:

> Quedan prohibidas las transmisiones retardadas o sea las que se realizan por medio de grabaciones en discos, cintas o alambres de los programas vivos para

[94] *Radiolandia* no. 674, 17 de abril de 1959, p. 3.
[95] *Ibidem*.

> ser posteriormente reproducidos mecánicamente en las estaciones de los Estados o del extranjero... Únicamente podrán grabarse y reproducirse por medios mecánicos aquellos programas de interés nacional, internacional, o cultural que se consideren de interés general, previa aprobación de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas.[96]

Según Osorio Palacios, esto tenía como finalidad “garantizar la estabilidad económica de los trabajadores de la música y de los actores que concurren a las estaciones”, pues las “transmisiones retardadas” tenían como consecuencia el desplazamiento de músicos y actores.[97] En 1959, al discutirse el proyecto de Ley Federal de Radio y Televisión en la Cámara de Diputados, el líder de los músicos cambió su pretensión de que se prohibiera la música grabada en las transmisiones radiofónicas –la cual había sido impugnada en los debates--, pero trató de introducir otra disposición que protegiera a los músicos: destinar como mínimo un 10% del tiempo diario de transmisión para difundir “música viva”. Sin embargo, su intentona fracasó. De inmediato, la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión protestó y presionó para que la proposición del diputado Osorio Palacios fuera desechada. Las revistas especializadas en radio y TV de la época publicaron artículos y notas donde se criticaba la actitud del líder de los músicos y en una de ellas se afirmaba que la industria radiofónica sufriría enormes pérdidas si la ley obligara a las estaciones a programar durante 10% de su tiempo al aire música *en vivo*. La revista *Selecciones musicales* afirmaba que la industria de radio y TV “perdería 200 millones de pesos al año” si se aprobaba la disposición. Esto ocurriría debido a que “la industria tendría que invertir 200 millones de pesos al año sólo en artistas y músicos”, lo cual sería imposible, pues algunas estaciones no están, incluso, en posibilidad de producir un solo programa en vivo”.[98]

En la Ley Federal de Radio y Televisión, aprobada en 1960 y promovida por la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión, no se incluyeron las reivindicaciones de los músicos. Y era normal que así sucediera, pues, como hemos visto, la explotación radiofónica a partir principalmente de materiales

---

[96] Cámara de Diputados, XLI Legislatura, *Diario de los Debates,* 30 de noviembre de 1954, pp. 12-25.
[97] *Ibid*. p.13.
[98] *Selecciones musicales*, 28 de noviembre de 1959, p. 1.

grabados se había convertido en una tendencia generalizada, por lo cual los industriales de la radio debían promover sus intereses.

De esta manera, los términos de la competencia entre las estaciones radiodifusoras cambiaron radicalmente en el curso de los años cincuenta; paulatinamente las radiodifusoras dejaron de participar en esa contienda mediante programas *en vivo* hasta que, a finales de los cincuenta y el principio de los sesenta, la disputa por la audiencia se hizo a partir principalmente de oferta discográfica con un elemento adicional: las estaciones dejaron de competir "todas contra todas" y la disputa comenzó a darse entre emisoras especializadas, por ejemplo "rancheras" contra "rancheras", "tropicales" contra "tropicales", "juveniles" contra "juveniles", etcétera.

4.3. *"Así es mi tierra", resurgimiento ranchero*

En esta peculiar coyuntura matizada por la disputa entre la "radio en vivo" y la "radio disquera" llegan a México, en la década de los cincuenta, nuevos ritmos musicales al tiempo que se produce un resurgimiento del género ranchero que en la década anterior se había visto opacado por el bolero y los ritmos cubanos y estadounidenses.

Aunque en los años precedentes, grandes figuras, como los legendarios Jorge Negrete y Pedro Infante, o la mítica Lucha Reyes, habían mantenido viva la canción ranchera, lo cierto es que la radio y la industria discográfica producían, al comenzar los años cincuenta, más figuras de otros géneros que *estrellas* de la música vernácula. Sin embargo, ésta repuntó en los años cincuenta y en ese resurgimiento tuvieron papel importante dos programas transmitidos por la XEW a todo el país y coincidentemente patrocinados por empresas fabricantes de bebidas alcohólicas: *Noches tapatías*, financiado por la compañía tequilera *Sauza*, y *Así es mi tierra*, que empezó en la XEQ y pasó después a la W, por la empresa vitivinícola Casa Madero, que se mantuvo al aire de 1945 a 1970 y fue uno de los pocos programas de producción *en vivo* que se transmitió en esa emisora en los años sesenta (*Noches Tapatías*, por su parte, se convirtió a principios de los sesenta en programa de televisión). Ambos fueron producidos por la empresa del publicista Eulalio Ferrer y por ellos desfilaron las principales figuras de la canción

ranchera, tanto los que ya habían logrado un sitio importante en los años cuarenta, como las nuevas estrellas. La idea del programa era "exaltar los valores mexicanos", fortalecer una corriente de "mexicanidad" en la radio, tanto en la música como en la publicidad, ante la "irrupción en el país" de anuncios, productos y ritmos extranjeros. Así lo afirmó don Eulalio Ferrer en una entrevista:

> Le puedo hablar de una experiencia importante que fue la incorporación a la radio mexicana de una serie de programas que hicieron historia desde la XEQ, primero, y desde la XEW, después, en lo que pudiéramos llamar la escuela o el perfil mexicanista de la publicidad; hablo de "Así es mi Tierra", un programa que nació con el nombre de esta canción de Tata Nacho, que dio título a la primera película de Cantinflas. Esa serie, patrocinada por Casa Madero desde Parras, Coahuila, cuya publicidad yo atendía, se encargó de mexicanizar en gran parte un espacio radiofónico que estaba invadido entonces de sones afrocubanos y de música norteamericana. Se trató de incorporar a los compositores que históricamente habían dado vida a la canción mexicana, los compositores vivos que la nutrían, encabezados por Tata Nacho, Mario Talavera, Alfonso Esparza Otero, etcétera. De esa manera, integrar el mensaje de la publicidad, es decir, vestir la publicidad con un mensaje tan atractivo como lo era la canción mexicana a través del programa "Así es mi tierra", adquirió tal dimensión que se convirtió en un mensaje que viajaba por todos los lugares de la república, se transmitía desde las grandes plazas e innovó en lo que ahora pudiera ser una costumbre, que era el control remoto.
>
> Ese programa dio homenaje a Agustín Lara, a Manuel M. Ponce, se dio cabida a nuevos valores como José Alfredo Jiménez, Lola Beltrán, María de Lourdes, es decir, por "Así es mi tierra" pasaron los cantantes de aquel tiempo, Trío Calaveras, Trío Tariacuri, Avelina Landín, María Luisa Carvajal, *La Torcacita*, toda la gama de intérpretes de la canción mexicana, Verónica Loyo, Cuco Sánchez, es decir, una infinidad de cantantes; difícilmente hubo cantante dado a conocer en la época del 45 al 70 que no pasara por "Así es mi tierra". Fue la serie radiofónica más premiada y tiene como méritos el haber contribuido a la exaltación y al enriquecimiento de la música mexicana, tanto que en "Así es mi tierra" llegaron a estrenarse a lo largo de 13 años más de 150 canciones, y el de vincular a ésta con una publicidad con acento mexicano que entonces faltaba y que desde entonces se nutrió y se fortaleció bastante.[99]

El grupo de intérpretes de música ranchera reunido en los años cincuenta fue de tal calidad que aún ahora es fácil de identificar: jóvenes cantantes como Lola Beltrán, Amalia Mendoza "La Tariácuri", Flor Silvestre, Rosa de Castilla, Queta Jiménez "La prieta linda" y Dora María, por el lado de las damas; cantantes juveniles como Juan Záizar y, al final de la década, Javier Solís, por el de los varones, y por supuesto, figuras consagradas desde la década anterior, como

---

[99] Entrevista del autor con don Eulalio Ferrer Rodríguez, agosto de 2001. La conversación fue realizada para la serie radiofónica "Del éter el ciberespacio: ochenta años de radio en México", producida por Radio Educación y transmitida de septiembre de 2001 a enero de 2002.

Pedro Infante o Matilde Sánchez *La Torcacita*. A este elenco de “música ranchera” se integraron algunos cantantes “conversos”, que llegaron provenientes de otros géneros, entre los cuales destacan los chihuahuenses Miguel Aceves Mejía, que dejó los ritmos afrocubanos para entonar “rancheras” y canciones huastecas, y Francisco Avitia, quien antes de convertirse en el popular “Charro Avitia”, empleaba su voz rasposa para interpretar tangos.

Pero tan importante como el de los intérpretes, o quizá más porque su creatividad aportó la materia prima para el auge de la “música ranchera”, fue el trabajo de los compositores dedicados a este género. De ellos, tres realizaron un trabajo especialmente notable: José Alfredo Jiménez, *Cuco* Sánchez y Tomás Méndez, quienes junto con arreglistas como Rubén Fuentes, hicieron que el género ranchero se convirtiera en elemento básico de la producción discográfica en los años cincuenta y sesenta, y ocupara grandes espacios en la radio. Además del éxito de *Así es mi tierra* y *Noches tapatías*, otra muestra de la aceptación que tuvo la música ranchera en los años cincuenta es que varias de las estaciones que decidieron “especializar” su programación para basarla en un solo género optaron por el ranchero. Tales fueron los casos de la XEBS “Radio Sinfonola” y XELZ “Música de pegue”.

4. 4. ***Bolero* feelin’*, variante cubana***

Por supuesto, los ritmos y géneros distintos al ranchero continuaron teniendo éxito en el México de los años cincuenta. Orquestas, grupos y cantantes que desde la década anterior interpretaban boleros, *swing* o ritmos afrocubanos siguieron trabajando para nutrir de música a una sociedad cuyos gustos musicales eran cada vez más diversificados. Aparecen nuevos intérpretes, como María Victoria (María Victoria Cervantes), cantante que dejó la “música ranchera” para dedicarse a los boleros, y surgen nuevas orquestas que se suman a las ya consolidadas en la década anterior: la de Carlos Campos, que interpreta danzones con una dotación de *big band*, lo que le da un sonido peculiar; la de Ramón Márquez, quien incluso crea un ritmo al que denomina “chivirico” con el cual pretende, sin lograrlo, remediar la falta de un ritmo bailable propio de la Ciudad de México (el “chivirico” no consigue arraigo popular). Asimismo, músicos de otras nacionalidades,

especialmente cubanos, llegan a México y forman sus orquestas, como es el caso de Mariano Mercerón. Todas estas agrupaciones graban discos, tienen apariciones en programas de radio, centros nocturnos, y son infaltables en los "carnets musicales" de salones de baile.

A mediados de los años cincuenta, se produce en el ambiente musical mexicano una tercera oleada de música cubana que incluye nuevos géneros e intérpretes. Llega a México el chachachá y con él grupos como el Trio Avileño, y tres orquestas que realizan largas temporadas en México: la de Enrique Jorrín, la Orquesta América y la Orquesta Aragón.

De manera prácticamente simultánea al chachachá, llega a México una variante bolerística que gana rápidamente adeptos por la finura de sus armonías y la calidad de sus letras: el *feeling* o *filin'*, como lo "castellanizan" los cubanos, cuyos principales exponentes, César Portillo de la Luz y José Antonio Méndez, realizan visitas constantes a nuestro país en el segundo lustro de los cincuenta para promover aquí sus grandes *hits*: *Contigo a la distancia*, *Delirio*, *Si me comprendieras* y *La Gloria eres tú*.

Pero la calidad del bolero mexicano en la época también es extraordinaria. En esos años, Vicente Garrido, un joven compositor, coloca en los primeros lugares de popularidad tres boleros espléndidos: *No me platiques* (1956), *Te me olvidas* (1957) y *Todo y nada* (1958). Alvaro Carrillo, otro joven compositor, comienza a recoger los frutos de muchos años de trabajo y a ligar éxitos consecutivos: *Amor mío* (1956), *Eso* (1957), *Un minuto de amor* (1958), *Luz de luna* (1959) y *Sabor a mí* (1960). Y otro joven, Roberto Cantoral, produce en esos años tres de sus mejores canciones: *El reloj* (1957), *La barca* (del mismo año) y *Regálame esta noche* (1958).

A la gran popularidad alcanzada por el bolero en los años cincuenta contribuyó, sin duda, el éxito conseguido por una formación musical específicamente mexicana que constituye una de las aportaciones de nuestro país a la música popular en el mundo: el trío de carácter urbano. Aunque el bolero es un ritmo originario de Cuba, el trío mexicano es peculiar, no tanto por su dotación instrumental –que es similar en casi todos los grupos de este tipo, con la guitarra como instrumento base--, sino por sus arreglos vocales y por sus letras. Los tríos urbanos de los años cincuenta son

diferentes al trío caribeño y también a los tríos mexicanos de música ranchera que tuvieran tanto éxito en los años treinta y cuarenta.

Correspondió a *Los Panchos*, grupo formado en la ciudad de Nueva York el año de 1944 por los mexicanos Chucho Navarro y Alfredo *Güero* Gil, y el puertorriqueño Hernando Avilés, desarrollar el estilo que daría peculiaridad a esta formación musical donde el requinto (interpretado magistralmente por el *Güero* Gil en el caso de *Los Panchos*) da el toque distintivo.

Tras el primer *hit* de *Los Panchos*, “Sin ti” de 1949, se produce en las principales ciudades del país una fiebre por el formato de trío. En los barrios populares, los jóvenes forman sus propios tríos para cantar en las esquinas, con la compañía de cervezas o alguna otra bebida inspiradora, o bien para llevar serenata a sus novias o a las de los amigos. En ese contexto de aceptación popular surge una gran cantidad de nuevas agrupaciones: *Los Tres Diamantes*, *Los Tres Ases*, *Los Tecolines* (que era un “trío de cuatro”), *Los Tres Caballeros*, *Los Dandys*, *Los Delfines*, *Los Jaibos*, *Los Santos* y muchos otros que integran un movimiento musical que se manifiesta con fuerza incluso ya entrados los años sesenta.

4.5. *Al compás del* rock and roll

En agosto de 1955 una melodía llamada “Rock around the clock”, con el cantante Bill Halley y su grupo Los Cometas, se ubica en el primer lugar del *Hit Parade* en Estados Unidos y causa furor en ese país. Es el tema musical de la película *The Blackboard Jungle* (exhibida en los países de habla hispana como “Semilla de Maldad”) de Richard Brooks. A pesar de que esta canción tarda más de un año en aparecer en las listas de popularidad mexicanas, a las que llega en enero de 1957 cuando la película también llamada “Rock Around the Clock” es exhibida en salas cinematográficas del país, el *rock and roll* es noticia en México durante todo el año de 1956.

Aunque a mediados de los cincuenta aún no hay rocanroleros mexicanos (o al menos no visibles en el ámbito del espectáculo), el hecho de que el nuevo ritmo tenga tanto éxito en Estados Unidos provoca interés en algunos músicos de edad madura que deciden tocar *rock and roll* --o algo parecido a ello-- convencidos de

que ese estilo pronto "pegará" en nuestro país. Pablo Beltrán Ruiz se apresura a grabar un número llamado "Mexican rock and roll"; orquestas como la de Juan García Medeles, la de Ingeniería y la de Venus Rey, hacen arreglos medianamente rocanroleros a melodías ya conocidas pertenecientes a otros ritmos; el músico Rosendo Ruiz graba dos curiosos números musicales que tratan de conciliar el *rock and roll* y otro ritmo moda, el chachachá: "Mi rock´n chá" y "Rock´n guapachá"; idea que también explota la Orquesta de Ramón Márquez a través de "Rock con arpa" y "Rock and roll chachahá";[100] una guapa vedette chicana, Gloria Ríos, tiene éxito en teatros y películas cantando y bailando "ruoquenrol", como ella lo pronuncia (el debut de Gloria Ríos como rocanrolera ocurre en 1957 con la revista musical "Del charleston al rock and roll");[101] y el brillante arreglista Juan García Esquivel compone sendos rocanroles para la Universidad y el Politécnico, los cuales graba con su orquesta.[102]

Algunas estaciones empiezan a interesarse en programar *rock and roll*, por ejemplo Radio Mil,[103] Radio 590, Radio 620, Radio Éxitos 790, XEDF (970 de AM). Radio 620, cuya frase de identificación en esa época era "La estación de la juventud", es, probablemente, la primera que incluyó el nuevo ritmo en sus transmisiones. El entusiasmo por el *rock and roll* llega, incluso, a radiodifusoras "no rocanroleras", como la XEQ, en acelerado proceso de transformarse en "estación disquera", que organizó un programa de votaciones llamado "Chachachá contra Rock and roll".[104] Al finalizar la década varios cantantes jóvenes que habían iniciado carreras musicales interpretando otros géneros donde se les presagiaba

---

[100] Federico Arana, *Guaraches de ante azul (Historia del rock mexicano)* vol 1, p. 72.
[101] Oscar Sarquiz, guión del video "Historia del rock mexicano I (1957-1970)" producido por Clío, colección México Siglo XX.
[102] En plena fiebre rocanrolera, Juan García Esquivel protagonizó en 1957, al lado de Lilia Prado, el filme "Las locuras del rock and roll" en el cual, por supuesto, interpretó los "rocanroles" universitario y politécnico.
[103] La programación de XEOY Radio Mil hacia finales de 1956 ejemplifica la manera en que el rock se introducía al cuadrante del DF. Radio Mil difundía "lo que está de moda" y organizaba su programación en diversos bloques de música urbana, nacional o extranjera, correspondientes a distintos géneros: *Hit Parade*, donde incluía "Don' be cruel", gran éxito de Elvis Presley; "Canadian sunset"; "To night you be long to me"; *Amigos de la discoteca*, con canciones como: "Perro que ladra no muerde"; *Canciones que todo México canta*, con los boleros "Que seas feliz", "Amor mío", "Vanidad" "Dios no lo quiera" y "Mienten"; *Éxitos bailables*, con "Rock around the clock", "Mexican rock and roll" y el chachachá "Por qué llora". *Radiolandia* no. 570, octubre de 1956, p. 4.
[104] Federico Arana, *op.cit.*, p.56.

un futuro incierto dan el cambiazo al rock: las Hermanitas Jiménez, que entonaban rancheras, entran al nuevo ritmo; Alberto Vázquez, bolerista en aquellos años, se deja crecer el copete a la Elvis Presley para cantar baladas y “rock moderado”; la regiomontana *Queta* Garay, también bolerista, se transforma en rocanrolera, lo mismo que otra bolerista, María Eugenia Rubio, quien encuentra en las baladas con algún matiz de rock su última oportunidad musical. También a finales de los cincuenta, surgen los primeros grupos de rocanroleros mexicanos integrados en su mayoría por jóvenes capitalinos de clase media urbana: *Los Rebeldes del Rock*, *Los Locos del Ritmo* (inicialmente llamado *Pepe y sus Locos del Ritmo*), *Los Teen Tops* y *Los Black Jeans.*

A finales de los años cincuenta, el *rock and roll* ha desplazado a los ritmos cubanos en el interés de amplios sectores urbanos, especialmente de los jóvenes. La radio y en general los medios no escapan a la influencia rocanrolera. Los “directores artísticos” de las disqueras y los gerentes de las emisoras tratan inmediatamente de capturar el talento rocanrolero emergente que se manifiesta de manera principal entre la “clase media” a través de “grupos de *garage*” surgidos en colonias como la Del Valle, la Roma y especialmente la Narvarte, así como unos años antes la fiebre por los tríos se había expresado en la proliferación de agrupaciones de ese tipo que se reunían en las esquinas de los barrios populares para cantar boleros.

Poco a poco, estos jóvenes logran acceso a la radio y es el programador Luis Cabero, de Radio 620, quien facilita por primera vez un espacio radiofónico a rocanroleros mexicanos. Así lo relata Oscar Sarquíz, crítico musical, periodista y músico de rock:

> El que verdaderamente metió al rock a la radio mexicana fue don Luis Cabero; como amante del jazz y de las grandes bandas de la época del swing, él se fue acercando a Radio 620, de la cual era programador en la segunda mitad de los años cincuenta. Para ese momento el *rock and roll* ya estaba casi fuera de la segregación e incluso era un fenómeno de grandes e importantes ventas; el rock ya se venía tocando en algunas estaciones de la radio mexicana en versiones de grupos de Estados Unidos, pero fue don Luis el primero al que se le ocurrió la posibilidad de que aquellos primeros intérpretes rocanroleros que iban surgiendo en México accediesen a un micrófono de la radio. Él llevó por primera vez a un grupo de rock a la cabina de 620; incluso en 1956 estuvo ahí un dúo anónimo con armónica y voz que improvisó un rock and roll, pero el caso más notable es el de

> *Los Locos del Ritmo*, que fueron a competir a un programa de Radio 620, que se llamaba *La Hora Internacional del Aficionado*, ganaron y entonces tuvieron la oportunidad de ir a competir a la matriz de ese programa, que era también La Hora del Aficionado, pero en Nueva York (creo que se llamaba *Ted Mack Amateur Hour*) donde volvieron a ganar. Que esto sucediera aun antes de que ningún grupo en México hubiera grabado un disco es muy significativo, porque quiere decir que uno de los primeros intentos de un grupo de rock aficionado en México tenía la suficiente calidad o, creo yo, más bien la suficiente chispa para ir a competir en Nueva York a un concurso internacional y salir ganador.[105]

A este éxito amateur de *Los Locos del Ritmo* seguiría la posibilidad de grabar discos y tener un acceso estable a la radio, camino en el que los acompañarían otros grupos contemporáneos.

5. Los años sesenta: la "radio juvenil"

Al iniciar la década de los sesenta aparece una segunda generación de grupos: *Los Hooligans*, *Los Crazy Boys*, *Los Sinners*, *Los Hermanos Carrión*, a los que más tarde se sumará una tercera, a mediados de la década, con grupos provenientes del norte del país: *Los Apson Boys*, *Los Hitters*, *Los Yaki, Los Reno* y *Los Rockin' Devils*. Todos ellos tienen numerosos éxitos discográficos y forman parte de la programación en las radiodifusoras –ya plenamente "disqueras"-- que en esa década se especializan en difundir *rock and roll* en español: XEDF, XEOY Radio Mil, Radio Variedades y Radio Felicidad.

En el primer lustro de los sesenta varios de los cantantes de grupos rocanroleros reciben tentadoras ofertas económicas por parte de las empresas discográficas para convertirse en solistas; surge de esa manera una generación de baladistas e intérpretes de *rock ligero*, *twist* y otros rtimos que inundan las frecuencias radiofónicas dedicadas a la "música juvenil" en el DF: Julissa, antigua cantante de *Los Spit Fires*; César Costa, ex de *Los Black Jeans*; Johnny Laboriel, de *Los Rebeldes del Roc*k; *Enrique Guzmán*, de *Los Teen Tops*; y varios más, a los que se suman otros jóvenes que no provienen de grupos, como Angélica María y Al Suárez, o de grupos escasamente conocidos, como el jalisciense Manolo

---

[105] Entrevista del autor con Oscar Sarquíz, agosto de 2001. La conversación fue realizada para el programa "Del éter al ciberespacio: ochenta años de radio en México" –de la cual el autor fue guionista--, transmitido por Radio Educación de septiembre de 2001 a enero de 2002. El programa neoyorquino al que se refiere Oscar Sarquíz, *Ted Mack Amateur Hour*, era un concurso de aficionados que se transmitía por televisión desde 1948. Dejó de difundirse en 1970, luego de pasar por diversas cadenas estadounidenses. Ted Mack murió en 1976.

Muñoz. Grupos de rock y baladistas invaden las listas de popularidad en el primer lustro de los años sesenta y desplazan de ellas a intérpretes de otros géneros.

5.1. *Premier Orfeón: el circuito mediático*

La mayor parte de estos grupos grabaron sus primeros discos para la compañía Orfeón, propiedad de Rogerio Azcárraga Vidaurreta, hermano de Emilio Azcárraga Vidaurreta, dueño de la XEW y accionista mayoritario de Telesistema Mexicano.

Rogerio Azcárraga había trabajado para la empresa RCA Víctor de la cual se apartó en 1957 para fundar su propia empresa disquera junto con su hijo Rogerio Azcárraga Madero. En ese momento, finales de los años cincuenta y principios de los sesenta del siglo XX, Rogerio Azcárraga e hijo operaban el Grupo Oro, un conjunto de cuatro estaciones integrado por XERPM (660 de AM), XEDF (970 de AM) y XEB (1220 de AM), a las cuales se sumaba la XEQ, propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta, pero adscrita al grupo para su operación. Con gran habilidad Rogerio Azcárraga y su hijo diseñaron una estrategia "plurimediática" para hacer crecer su compañía disquera en la cual el *rock and roll* tuvo un papel importante. Con un elenco amplio de rocanroleros,[106] estos empresarios emplearon una de las emisoras del Grupo Oro, XEDF, ubicada en los 970 de AM y llamada en ese momento "La Estación del Distrito Federal", para promover a grupos y baladistas que grababan para Orfeón. De igual manera, gracias al vínculo familiar con Emilio Azcárraga, patrocinaron, a partir de 1960, en el horario Triple A del Canal 2 de Telesistema Mexicano, un programa llamado *Premier Orfeón* (más tarde *Premier Orfeón a go go*) donde se presentaba el elenco rocanrolero de la disquera todos los viernes por la noche. La serie, que duró casi una década al aire, se convirtió en un "clásico" de la TV mexicana.[107]

---

[106] Entre los grupos que grababan para Orfeón estaban *Los Locos del Ritmo*, *Los Rebeldes del Rock*, *Los Hooligans* (luego trasladados a CBS), *Los Hermanos Carrión*, *Los Sinners* (luego contratados por RCA Víctor), *Los Crazy Boys*, *Los Rockin' Devils* y *Los Hitters*. Entre los solistas, controlaba a César Costa (quién después pasaría a RCA) y María Eugenia Rubio. Otras disqueras tenían contratados a distintos estrellas juveniles de la época. Por ejemplo, Musart tenía a Manolo Muñoz, Fabricio, Alberto Vázquez, Angélica María, Dyno y *Los Impala*; CBS (Columbia) a Julissa, Al Suárez y Leda Moreno; y Gamma a Oscar Madrigal y a Mona Bell.

[107] *Premier Orfeón* salió al aire en 1960 y en 1962 cambió su nombre a *Premier Orfeón a go go*. El programa se transmitió hasta 1969. Fernando González y González, comp. *Historia de la televisión mexicana*, México 1989, edición del autor, p. 373, citado en Eric Zolov, *Rebeldes con causa*, p. 111.

Sin embargo, ni Orfeón ni las otras disqueras que contaban con un elenco rocanrolero, por ejemplo, RCA Víctor, Capitol, Musart o CBS, se preocuparon por promover el desarrollo de un rock realmente mexicano; es decir por grabar e impulsar la difusión radiofónica de composiciones realizadas por grupos nacionales. Por el contrario, explotaron el mercado rocanrolero a base de *covers*, o sea versiones en español de canciones exitosas en Estados Unidos. Las disqueras tomaban un *hit* de las listas de popularidad estadounidenses, le hacían una "letra en español" y lo lanzaban al circuito mediático que incluía la grabación discográfica, la ejecución de ésta en la radio, la presentación del grupo o el cantante solista en *Premier Orfeón* o algún otro programa de TV y eventualmente su aparición en una película. Una forma adicional para la promoción de una melodía y su o sus intérpretes era la publicación de la letra y de entrevistas, reportajes o notas relacionadas con éstos en las revistas especializadas que destacaron durante esa época como *Notitas musicales* o *La historia del rock and roll* y más tarde *México Canta* y *Pop*.

Respecto a la creación de *covers* en español (o "fusiles" como les llamaban los músicos de la época) un ejecutivo de Orfeón recordó:

> Nosotros veíamos qué era lo que pegaba en los Estados Unidos... y traíamos el disco, incluso antes de que se vendiera aquí, y hacíamos de inmediato el *cover* con un conjunto de nosotros. Luego lo promovíamos en la radio y en la televisión... y en 24 horas teníamos el disco a la venta en la calle".[108]

Exitosos en la venta de discos, muy populares gracias a la constante promoción de sus grabaciones en la radio y por sus apariciones en el programa de televisión *Premier Orfeón*, los grupos y solistas de esa época pudieron hacer, sin embargo, muy exiguas aportaciones musicales; a pesar de que en la Sociedad de Autores y Compositores de México fueron registradas en el bienio 1960-1961 un total de 235 canciones de *rock and roll* compuestas en México,[109] la única canción de rock mexicana digna de recordarse surgida en esa época fue "Tus ojos", de Rafael Acosta, baterista de *Los Locos del Ritmo*. Muy pocas fueron las canciones originales que los grupos tuvieron oportunidad de grabar, la mayoría de sus

---

[108] Declaración de Carlos Beltrand Luján, entrevistado por Eric Zolov, *op. cit.*, p. 75.

[109] Oscar Sarquiz, guión del video "Historia del rock mexicano I" (1957-1970) producido por Clío, colección México Siglo XX.

interpretaciones que pudieron ser registradas en algún fonograma fueron *covers* de *hits* originalmente escritos en inglés o canciones grabadas por órdenes de su empresa, por ejemplo arreglos "rocanroleros" a piezas mexicanas como "La cucaracha", "Adiós mi chaparrita" y otras de ese estilo.

Este manejo de grupos y cantantes solistas le permitió a Orfeón, gracias a su vínculo con la radio y la TV, crecer rápidamente y adueñarse de la parte mayoritaria del mercado rocanrolero en México. En 1958, recién fundada, Orfeón tenía apenas el 2% de ese mercado, en 1962 controlaba el 16% y estaba muy por debajo de RCA Víctor que tenía el 40%, pero a mediados de los años sesenta manejaba el 80%.[110]

Junto con la primera oleada de rock en el Distrito Federal, ocuparon amplios espacios radiofónicos y discográficos otros ritmos cuya vigencia se redujo a un lustro --de 1963 a 1967 aproximadamente-- periodo en el que llegó a México una cantidad considerable de música surgida en Estados Unidos o lanzada al mercado internacional por la industria del espectáculo en ese país. El más importante de esos ritmos sesenteros fue el *twist*, que tuvo como su mayor figura en Estados Unidos a Chuby Checker y en México fue interpretado por cantantes como Fabricio, las Hermanas Jiménez y Manolo Muñoz. Pero hubo otros de carácter pasajero que, sin embargo, tuvieron éxito así fuera por uno o dos años o incluso algunos meses: el *surf*, el *jerk*, el *sake*, el *watusi*, el *yenka*, el *freddy*, el *mashed potatos*, el *bus stop* y varios más. Hacia 1965, este conjunto de ritmos recibió un nombre genérico con el objetivo de agruparlos bajo una sola denominación y evitarle al público la "molestia" de distinguir que música escuchaba o bailaba; ese nombre genérico fue "música a go go" cuyo significado, según la revista *Notitas musicales* era "relajo, vacilón".[111] Todavía en 1968 llegó a México un ritmo africano llamado *pata pata*, a partir de una canción de la cantante sudafricana Miryam Makeeba que en México fue interpretada por *Los Rockin' Devils*. Antes, a

---

[110] Eric Zolov, *op.cit*, p. 79. El cálculo de 80% le fue indicado a Zolov por el ejecutivo de Orfeón Carlos Beltrand Luján.

[111] *Notitas musicales*, noviembre de 1965, pp.8-9. Según esta publicación "a go go es el nombre genérico del conjunto de ritmos que siguió al rock and roll y al twist... forman parte del estilo A go go los nuevos ritmos como el surf, el monkey, el hully gully y el sake entre muchos otros. El significado que se le atribuye es relajo, vacilón."

mediados de los sesenta, un organista llamado Toño Quirasco había colocado en el mercado un disco con piezas de *ska*, ritmo jamaiquino.[112]

Los ritmos que constituyeron el "estilo a go go" dejaron por sí mismos escasa huella en la historia de la música popular-comercial de la Ciudad de México; las canciones que llegaron a las listas de popularidad y pertenecen a alguno de esos ritmos se recuerdan bajo la denominación global de música "a go go" y pocas veces se hace referencia al ritmo específico al cual pertenecían. Lo que sí permaneció en la memoria colectiva de las generaciones que vivieron en los años sesenta fue la imagen de las "chicas a go go", jóvenes y guapas bailarinas vestidas con minifalda o pantalón que en programas de televisión, centros nocturnos o teatro de revista, acompañaban las presentaciones de cantantes o grupos, y que permanecen como uno de los iconos representativos de esa etapa musical.

5.2. *Colombia en México*

En el primer lustro de los sesenta llegó a nuestro país un ritmo proveniente de Colombia que rápidamente se integró a la vida cotidiana de los mexicanos: la cumbia, cuyo primer gran *hit* en México, "La pollera colorá", en la versión de la orquesta Carmen Rivero, con la vocalista Linda Vera, data de 1965.[113]

---

[112] A pesar de que varias décadas después, en los años ochenta y noventa, muchas de las bandas de músicos jóvenes –*Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio*, *Salón Victoria*, *Panteón Rococó, Sekta Core*, *Nana Pancha* o *La Tremenda Korte*, entre otras— adoptarían el *ska* y contribuirían a transformarlo en uno de los géneros favoritos para un sector de jóvenes en la Ciudad de México al final del siglo XX y el inicio del XXI, la primera visita de esta forma musical a México, en los sesenta, recibió escasa atención debido a que fue presentado como una "moda" e introducido por un intérprete que buscaba sacarle el mayor beneficio económico en el menor tiempo y con un lenguaje propio de un adulto de los años cincuenta añorante del chachachá. Una muestra del *ska* que interpretaba Toño Quirasco puede verse en la letra de su primer *hit*, titulado "Jamaica ska": *Oye mi nena, ven a bailar/ el nuevo ritmo, se llama ska/ el nuevo ritmo que tú bailarás/ como si fuera: chachachá/ Ska, ska, ska, Jamaica ska.*

[113] La cumbia es un ritmo colombiano de carácter mestizo originado en la costa del Atlántico. Tiene una doble raíz: negra e indígena. La primera corresponde a la música desarrollada en los asentamientos de esclavos de origen africano durante la colonia y a ella corresponde básicamente la parte rítimica. La parte melódica proviene de la música indígena. Su dotación instrumental básica incluye una sección de percusiones (la raíz negra de la cumbia) integrada por la *tambora*, un tambor grande de doble parche que marca el bajo; el *tambor alegre*, de tamaño mediano, que marca la línea rítmica básica; y el *llamador*, tambor pequeño que marca en contratiempo el compás; también incluye a las maracas y al guache, un cilindro de metal relleno con semillas de capacho o pequeñas piedras de río. La parte melódica está a cargo de una *gaita colombiana* que es una flauta vertical de origen indígena, cuya cabeza está hecha con cera de avispa y carbón vegetal. Según la región, se pueden añadir otros instrumentos como el acordeón y otra flauta

Por supuesto, la llegada de la cumbia a México no fue repentino. Aunque su primer *hit* radiofónico llegó a las listas de popularidad exactamente a la mitad de los años sesenta, ya eran muy conocidas en el país canciones colombianas de gran éxito como el porro[114] "La múcura" (1950), "Mi cafetal" (1952), también porro, y "Ay cosita linda" (1957), ritmo de merecumbé,[115] todas las cuales llegaron a las listas. Asimismo, Benny Moré incluía en su repertorio varias canciones colombianas, básicamente porros, como "San Fernando" y "Pachito E'ché", que

---

llamada de millo, que es transversal y está fabricada con caña de millo o sorgo. Algunos investigadores afirman que la coreografía con que se baila este ritmo es, en su mayor parte, aportación de la cultura criolla colombiana de raíz europea. Véase Libardo Verdugo Palma, "Origen de la cumbia", en www.montevideo.edu.uy/Y2K_Generation_40_2000/sheppard/1.html. En su forma folklórica original la cumbia no se canta, es instrumental, pero poco a poco se le fue añadiendo letra, básicamente a través de versos en forma de cuartetas. En las décadas de los cuarenta y cincuenta del siglo XX se dio un proceso de "estilización" de la cumbia con la finalidad de hacerla más accesible a los sectores medios y altos de la población, al tiempo que se presentaba a esta "nueva cumbia" como una herencia cultural y se exaltaba su carácter mestizo, propio de la nación colombiana. A partir de ese proceso, la cumbia se convirtió en un producto musical susceptible de ser difundido masivamente a través de la radio y la industria discográfica. En este proceso destacan músicos como Lucho Bermúdez y Francisco *Pacho* Galán que realizan la "traducción" de la cumbia folklórica a arreglos para orquestas de gran formato, con trompetas, saxofones, trombones y percusión mayor. En esas orquestas, la tradicional *gaita colombiana* fue sustituida por el clarinete. Véase Leonardo D'Amico, "La cumbia colombiana: análisis de un fenómeno musical y sociocultural", ponencia presentada en el III Congreso Latinoamericano de la Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular (IASPM), Bogotá, Colombia, 23 al 27 de agosto de 2000, en www.hist.puc.cl/historia/iaspmla.html. Esta forma de cumbia "blanqueada", con números como "La pollera colorá", del compositor Wilson Choperena, fue la que llegó inicialmente a México a principios de los años sesenta cuando ya había sido un éxito en Colombia varios años atrás. Después, la cumbia entraría en un complejo proceso de apropiación y modificación por parte de sectores populares en México.

[114] El porro, al igual que la cumbia, es un ritmo de la costa colombiana del Atlántico. Originalmente fue una danza ejecutada por esclavos negros acompañada de tambores llamados, precisamente, porros. Posteriormente la danza se acompañó con coros que, a su vez, se ejecutaban siguiendo el compás marcado con palmas. Al evolucionar hacia un proceso de mestizaje, el porro empezó a ser complementado con melodías ejecutadas con la gaita o flauta colombiana y otros instrumentos indígenas. Existen dos variedades dentro de este ritmo: 1) el "porro palitiao", también conocido como "gaita" que se distingue porque el ritmo se marca con un bombo cuyo aro se percute con dos palillos (de ahí el nombre de palitiao); 2) el "porro tapao", también conocido como "puya", en cuya interpretación se percute el parche del bombo, pero en cada golpe se "tapa" el parche opuesto con la mano con la intención de que no vibre; a esta presión se le llama "tapar", de ahí el nombre. Al igual que la cumbia, el porro original fue traducido en los años cuarenta y cincuenta a arreglos para "orquesta de jazz" y a tener difusión masiva a través de la radio y los discos. En esta labor destacó el clarinetista Lucho Bermúdez, quien con su orquesta grabó varias versiones de porros tradicionales y compuso melodías con este ritmo. .

[115] El "merecumbé, es una fusión de "merengue" y "cumbia", hecha por el músico Francisco *Pacho* Galán. Sin embargo, no se trata del "merengue" dominicano, sino de un ritmo colombiano también llamado así y característico del departamento de Magdalena. Tuvo gran éxito en Colombia y en algunos países de América Latina en los años cincuenta del siglo XX.

fueron grandes éxitos a principios de los cincuenta. De manera que el gusto de un sector del público mexicano por la música colombiana ya se había manifestado.

La presencia de la cumbia sería fundamental para la música popular en México durante las décadas siguientes. Con este ritmo como elemento “mezclador” aparecieron varios híbridos musicales algunos de los cuales fracasaron rotundamente, pero otros alcanzaron gran éxito, como fue el caso de la interpretación de cumbias con dotación de grupo de rock, mezcla que años más tarde, en una doble mixtura con elementos de música norteña mexicana, daría origen al fenómeno *grupero*.

El primer músico que decidió cambiar el rock por la cumbia fue el jalisciense Mike Laure. Como roquero, acompañado de su grupo “Los Cometas”, pasó prácticamente desapercibido, pero como intérprete de cumbias se convirtió en una máquina productora de *hits* radiofónicos y discográficos durante el segundo lustro de los sesenta con números como “Tiburón, tiburón”, “Cero 39”, “La banda borracha”, “Cosecha de mujeres”, “La rajita de canela”, “Grande de caderas” y muchos más.

La cumbia irrumpió en México por dos vías y dos regiones geográficas. Llegó a través de *hits* musicales que alcanzaron las listas de popularidad, pero también de discos sin éxito radiofónico que, no obstante, nutrieron el repertorio de los nacientes cumbieros mexicanos. Asimismo, llegó tanto el centro del país (donde arraigó especialmente en el Distrito Federal y Jalisco) como a la región noroeste (básicamente Nuevo León, Tamaulipas y Coahuila). En todos esos lugares, se mezcló con la sensibilidad local y sufrió modificaciones en la forma de interpretación, en la instrumentación y en la manera de bailarse, al grado de crear híbridos tan peculiares que en Colombia nunca se han reconocido propiamente como cumbias. Tanto en el centro del país como en el norte de México (regiones a las que debe agregarse el sur de Estados Unidos, especialmente el estado de Texas, zona fronteriza de influencia recíproca) la cumbia empezó a tocarse con

instrumentos de rock, y en el norte, adicionalmente, a interpretarse con instrumentos regionales.[116]

Para los años setenta, la cumbia estaba plenamente arraigada en el gusto musical de un sector de habitantes del Distrito Federal, básicamente en los barrios populares donde, como había sucedido antes en el caso del bolero y los tríos, o en el de las clases medias con el *rock and roll* y los "grupos de garage", jóvenes aficionados a la música empezaron a formar conjuntos cumbieros que ejecutaban música elemental y pegajosa. Acerca de la relativa facilidad para tocar la cumbia un investigador ha escrito:

> Su ritmo sin grandes complicaciones (uno-dos, ambos con tiempos fuertes), lo elemental de sus líneas melódicas y su armonía, y la ingenuidad de sus letras (comparables a las adaptaciones de los *covers* de rock en español) introdujeron un simplismo que permitió a cualquier aficionado con mínima preparación lanzarse a la escena musical.[117]

El escenario radiofónico en el que se expresó la cumbia dentro del Distrito Federal en los años sesenta fueron las emisoras especializadas en difundir "música tropical": "Radio AI" (ubicada en esa época en los 1320 kilohertz) y "Radio Onda" (que operaba en los 1530 kilohertz). Rápidamente la cumbia ganó espacio en la programación de ambas radiodifusoras, pues la música que se solía transmitir mayoritariamente en ellas, la de origen cubano, había dejado paulatinamente de llegar a México debido al bloqueo comercial impuesto por Estados Unidos a Cuba luego de la declaración hecha en 1962 por Fidel Castro acerca de que la Revolución encabezada por él era de carácter socialista, y porque la nueva situación económica y política generada en la isla alteró radicalmente el funcionamiento de la industria de la comunicación y el entretenimiento en ese país.[118] En tales condiciones, la exportación de música

---

[116] Véase José Juan Olvera, *Al norte del corazón (evoluciones e hibridaciones musicales del noroeste mexicano y sureste de los Estados Unidos con sabor a cumbia*), ponencia presentada en el III Congreso Latinoamericano de la Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular (IASPM), Bogotá, Colombia, 23 al 27 de agosto de 2000, en www.hist.puc.cl/historia/iaspmla.html.

[117] *Ibidem*.

[118] Por ejemplo, Goar Mestre, "el zar de la comunicación" en la Cuba pre revolucionaria, dueño de la legendaria radiodifusora CMQ y de canales de televisión, emigró a Venezuela y luego a

cubana se redujo drásticamente y la oferta de la misma se concentró en los grupos, orquestas y cantantes que ya actuaban en otros países, especialmente en México, Estados Unidos y Venezuela, o en los que salieron de la isla en los primeros años posteriores al triunfo de la Revolución. En ese caso estaban, por ejemplo, la *Sonora Matancera* y los cantantes que actuaban o habían actuado en esa agrupación, como Celio González, Celia Cruz o Bienvenido Granda.

Por otra parte, la oferta mexicana de "música tropical" resultaba insuficiente para llenar por sí misma una programación radiofónica, no por falta de grupos, sino por escasez de oportunidades para que algunos de ellos grabaran. Incluía, por ejemplo, a *sonoras* como la *Santanera* y a grupos de la corriente "chúa chúa"[119] entre los que destacaba el de *Lobo y Melón*. Igualmente, otra producción musical del género, como la proveniente de Puerto Rico, República Dominicana o Panamá no era tan abundante como para sustituir el vacío dejado por la música cubana. En esas condiciones, la cumbia pasó a ocupar un lugar central en la programación de las estaciones "tropicales" y en la producción discográfica, lo cual convirtió a México en un mercado atractivo para cantantes y grupos colombianos que rápidamente empezaron a llegar al país. El más destacado de ellos fue, sin duda, la *Sonora Dinamita* que en 1965 logró colocar dos grandes éxitos discográficos y radiofónicos: "Cumbia Barulera" y "Cumbia Universal". La irrupción de grupos colombianos prosiguió en los años setenta.

Argentina en el primer lustro de los años sesenta donde continuó con el negocio de los medios electrónicos.

[119] El *chúa chúa* es un estilo de interpretación musical que traslada a la música afroantillana un elemento surgido en el jazz: el *skat*, que consiste en improvisar cantando con sílabas como si la voz fuera un instrumento musical. En el segundo lustro de los cincuenta en el siglo XX, en pleno auge del *chachachá*, proliferaron en el ambiente de la música afroantillana en México grupos de cuatro o cinco elementos que empezaron a competir e incluso desplazar en centros nocturnos y bares con música *en vivo* a las orquestas grandes. La mayor parte de esos grupos tocaba con piano, bajo, timbal, tambor y un cantante que ejecutaba el *güiro* o alguna otra percusión menor. Eventualmente podían tener una flauta o una trompeta con las que se ejecutaban *solos*. A falta de secciones de aliento, los músicos y el cantante sustituían a las trompetas o los saxofones con *skat*, es decir, interpretaban con la voz las partes que en una orquesta tocarían esos instrumentos. Las sílabas que más se empleaban eran "chu-a chu-a", "bip bap", así como "pa", y "ra" con las cuales se creaban palabras como "pareroua", "parotibarapareroua", "properoreira" y muchas más surgidas de la imaginación de esos músicos entre los que destaca, sin duda, el grupo *Lobo y Melón*, comandado por Luis Ángel Silva Nava *Melón* y Carlos Daniel Navarro *Lobo*. Véase Luis Ángel Silva, "El Chúa" en *La Jornada*, 27 de julio de 2001, p.21-A, y Fermín Ramírez Gutiérrez, "Retorno del Chúa Chúa" en *Trópico; revista de la música con sabor*, 15 de mayo de 1989, pp. 6-8

5.3. *La ola inglesa*

Otro fenómeno determinante en la formación del gusto musical de amplios sectores de población en la Ciudad de México fue la irrupción, a partir de los años sesenta, del *pop* y del rock estadunidense e inglés. En el primer lustro de esa década, diversas estaciones de radio decidieron programar exclusivamente música de este tipo. Surgió así la famosa tríada que incluyó a XEL “Radio Capital” (1260 kilohertz), “Radio Exitos” (790 kilohertz) y “Radio 590, La Pantera” (590 kilohertz) en donde los jóvenes y adolescentes de la época tuvieron oportunidad de escuchar a los grupos más relevantes de la corriente denominada “Ola inglesa”, con los *Los Beatles*, *Los Rolling Stones* y *Los Kinks* a la cabeza, y también a diversos agrupaciones estadunidenses, por ejemplo *Los Doors*, *Steppenwolf* o *Blood Sweat and Tears*, presentados por locutores como César Alejandre (“Radio Capital”), Adolfo Fernández Zepeda (“Radio Éxitos”) y Agustín Romo Ortega (“Radio 590”). Los diversos subgéneros del rock, desde los más comerciales y ligeros, como el *buble gum rock*, con grupos como *1910 Fruit Company* o *Crazy Elephant*, hasta los de “vanguardia” o “alternativos” se difundieron esos años en la radio del DF.

Aunque la radio comercial mexicana ha sido a través de su historia escasamente proclive a tocar música que no sea considerada “éxito de ventas” o “hit del momento”, se produjo al final de los sesenta una extraña coyuntura en la que “Radio Capital” y “Radio 590, La Pantera” abrieron espacios al rock considerado “de vanguardia” o no comercial. “Radio Capital” difundió en esos años el programa “Vibraciones”, producido por Luis Cabero y con la voz de Manuel Camacho. Grupos como las bandas africanas *Osibissa* y *Mandrill*, el grupo *War* o *Buddy Miles* sonaron por primera vez en la radio mexicana a través de “Vibraciones”, pero lo que más llamó la atención de ese programa fue el empeño en difundir canciones de larguísima duración como el “Boogie refrito”, con el grupo californiano *Canned Hea*t, que ocupaba 45 minutos al aire, o “la versión completa” de “In-A-Gadda-Da-Vida”, del *Iron Butterfly*, con 17 minutos de duración, números que se apartaban del estilo radiofónico vigente en ese tiempo, donde no se admitían canciones que excedieran de tres minutos.

Por su parte, “La Pantera” lanzó al aire “Proyección 590”, programa en el que se presentaban las novedades discográficas de gente ya conocida como Jimmy Hendrix, Janis Joplin o *Los Doors*, pero también se daba a espacio a grupos que emergían, como *Santana Band* o el entonces revolucionario *Chicago Transit Authority*, y a músicos desconocidos para las mayorías, como el excelente guitarrista Leslie West y su grupo *Mountain*.

Otro caso insólito en la historia de la radio comercial mexicana fue la existencia efímera, entre octubre de 1969 y abril de 1970, de una estación en la Ciudad de México que difundió lo mejor del rock estadunidense e inglés al mismo nivel que cualquier estación vanguardista de Nueva York o San Francisco. “La Chica Musical” fue el nombre de ese experimento que ocupó la frecuencia de 100.9 megahertz, concesionada al Núcleo Radio Mil, en la entonces casi desértica banda de FM. *Buffalo Springfield*, *Poco*, *Greatful Dead*, *Crosby, Stills y Nash*, *Velvet Undergrou*nd, el efímero *Blind Faith*, *Traffic*, Joe Cocker, Frank Zappa, el Capitán Beefheart y su *Banda Mágica*, los entonces muy jóvenes Alice Cooper y Elton John, el grupo inglés de blues *Chicken Shack* y las bandas *The Flock* y *Coliseum* integraban la programación de “La Chica Musical” cuyo material discográfico era suministrado por la tienda “Hip 70”.

El crítico musical Oscar Sarquíz rememora ese pasaje de la radio rocanrolera en la Ciudad de México:

> A finales de los sesenta existía la tendencia, en algunas ciudades de Estados Unidos, de hacer una radio de forma libre en la cual uno podía escuchar una raga hindú seguida por un rato de free jazz, indigesto para la mayor parte de los oídos, luego de repente un poco de rock sicodélico y luego otro tipo de forma musical folclórica exótica digamos, y todo sin más lógica que la búsqueda. Ése fue el caso en México de un nombre efímero que se le asignó a la frecuencia de 100.9 de FM, que fue La Chica Musical, que con ese nombre --que ya lo traía porque en un tiempo quisieron hacerla de radio *pop*-- fue entregada a una serie de tránsfugas que estaban reunidos en torno a Armando Blanco y la tienda de discos Hip 70, y por un rato se estuvo transmitiendo rock de una manera libérrima, poniendo cortes de 25 minutos de duración, rock subterráneo digamos difícil para el público en general, y todo eso se pasaba a finales de los sesenta en la misma frecuencia que tres lustros después sería ocupada por una estación que se trataría de autopromover como la inventora de la radio de rock en México, que fue Rock 101, pretensión que es una mentira grande como una casa porque en México ha habido rock en la radio desde aquella humilde Radio 620 que en los años cincuenta le dio cabida a un grupo de rock en vivo hasta, por supuesto, en los sesenta, Radio Éxitos y Radio Capital; ésta última fue realmente la que abrió más el espectro,

> abrió más las posibilidades para que el rock se transmitiese como era el tono del momento en esa década, justo es decirlo, o sea siguiendo las listas de popularidad de Estados Unidos donde podían coexistir cantantes de música *pop*, con cantantes de *country*, con cantantes o grupos de rock sicodélico o sumamente arriesgado, sumamente experimental.[120]

Un dato interesante es que el rock en inglés, transmitido en la radio de la Ciudad de México, fue la música que acompañó a los jóvenes activistas que participaron como militantes "de base" en el Movimiento Estudiantil de 1968. Curiosamente no fueron las "canciones de protesta" en español, ni las canciones de "izquierda" o la "música folklórica latinoamericana" lo que oían la mayor parte de las brigadas que recorrían la ciudad "volanteando" o haciendo "pintas". Era rock en inglés, música que, en esos años, rodeaba al joven que la escuchaba de un aura rebelde, contestataria, al contrario del joven que tenía como música predilecta a las baladas o al rock en español, música que se había adocenado rápidamente. Así lo describe el periodista y productor radiofónico Raúl Jardón, quien en 1968 era representante de la Preparatoria número 4 de la UNAM ante el Consejo Nacional de Huelga y en 1993 produjo para Radio Educación la serie *México 1968*, conmemorativa de los 25 años del "Movimiento del 68". A la pregunta de porqué había musicalizado ese programa con canciones de rock de la época, Jardón respondió:

> Decidimos ambientar la primera parte de la serie (más o menos cinco programas) sólo con música del 68; toda la música que se escucha son canciones no nada más de los sesenta en general, sino del 67 o del 68, o sea lo que la juventud oía en ésa época preferentemente en la radio. Esta fue una idea de Martín Marcos Velasco, encargado de musicalizar la serie. Lo que queríamos, para hacer que la memoria del movimiento permanezca viva, era presentar la música que oíamos los jóvenes en aquella época en la radio, no la música digamos 'de izquierda' o 'de protesta'; no, nada de eso: la que oíamos todos los días en la radio. Porque, además, hay aquí un factor importante y es que en esa época la música era mucho más que música, era en buena parte ideología, es decir, el identificarte con el rock en inglés era, en buena medida, ser contestatario. Hoy no sucede lo mismo; hoy un chavo puede ser de izquierda, de derecha o de lo que sea y gustarle veinte mil tipos de música, desde, para poner un ejemplo, *The Cure*, hasta Paulina Rubio, o cualquiera de la música más comercial, y sin embargo ser una persona pensante. Pero en aquella época era distinto, como que la música era en mucha medida ideología, no era el mismo tipo de chavo el que oía a Enrique Guzmán que el que oía rock en inglés. Esto pese a que muchos no entendíamos las letras, o sea no era tanto que nos identificáramos con la letra, sino que como

[120] Entrevista del autor con Oscar Sarquíz, agosto de 2001.

> esa música era rechazada por la gente conservadora, fuera mayor o joven, los chavos que cuestionaban el conservadurismo se identificaban con ella.[121]

Algunas de las canciones de rock y *pop* en inglés que se escuchaban en la radio del Distrito Federal en 1968 a través de "Radio Éxitos", "Radio Capital "y "Radio 590, La Pantera" eran las siguientes: "Hey Jude", con *Los Beatles*; "People got to be free*"*, con *Los Rascals*; "Sunshine of your love" y "White room", con *Cream*; "Mrs. Robinson", con *Simon y Garfunkel*; "Hello I love you", con *Los Doors*; "Dance to the music", con *Sly and the Family Stone*; "Born to be wild", con *Steppenwolf*; "Those were the days", con *Mary Hopkins*; "Jumpin´Jack Flash", con *Los Rolling Stones*; "Sky Pilot", con *Eric Burdon* y *Los Animales*; y "Revolution", con *Los Beatles*, entre muchas otras.

6. Los años setenta: rock reprimido

Influida por el rock en inglés, emerge, al finalizar la década de los sesenta, una nueva generación de roqueros que, a diferencia de sus homólogos sesenteros, especializados en los *covers*, se empeña en incluir dentro de su repertorio canciones originales. Pero, también a diferencia de la generación precedente que lo hacía en español, estos nuevos roqueros deciden "cantar en inglés" convencidos de que ése es el "idioma materno del rock" y por lo tanto hay que respetarlo. El repertorio de estos grupos incluye lo mismo material original que *covers*, pero en ambos casos las interpretaciones son en inglés. Dentro de esa generación aparecen grupos como los *Dug Dug's*, *Enigma*, *Pop Music Team*, *Los Esclavos* y por supuesto el ahora legendario *Three Souls in my Mind*. Tocan en universidades, básicamente la UNAM y la Iberoamericana, y especialmente en "Pista Hielo Insurgentes", una espacio para el patinaje sobre hielo que estuvo instalado en la Avenida Insurgentes, en San Angel, donde hoy se localiza un *mall* llamado Plaza Inn.

[121] Entrevista del autor con Raúl Jardón Arzate, agosto de 1993. La entrevista fue hecha originalmente para el suplemento *Dominical* de *El Nacional*, donde apareció el 29 de agosto de 1993, p. 29, aunque la parte aquí citada no fue incluida, por falta de espacio, en la versión escrita. El periodista Raúl Jardón falleció en enero de 2006.

6.1. *Hoyos funky*

Al iniciarse la década de los setenta, este nuevo movimiento roquero se ve enriquecido con otros grupos, algunos provenientes de diversas ciudades del país, en especial de la zona norte, principalmente de Tijuana. Entre ellos están las bandas *Peace and Love* y *Bandido*, *La Revolución de Emiliano Zapata*, *Love Army*, *Los Tequila*, *La División del Norte*, *White Ink* (posteriormente llamado *La Tinta Blanca*), *El Ritual* y un grupo del DF que lamentablemente no llegó a grabar discos: el Hangar Ambulante.[122] Tocan en preparatorias y facultades de la UNAM (o de universidades privadas, como la Iberoamericana), donde habitualmente no cobran, pero principalmente en galerones, bodegas vacías y viejos salones de baile, lugares que el escritor Parménides García Saldaña bautiza como "hoyos fonky", sitios donde los jóvenes tienen que pagar la entrada y con ello aportar ingresos para los grupos. En un artículo publicado en 1971 por la revista *Piedra Rodante*, García Saldaña acuñó esta denominación que habría de servir, al menos durante dos décadas, para nombrar a los lugares donde se tocaba rock en la Ciudad de México:

> El domingo en la tarde, exacto a la hora en que Raúl Velasco está sonriendo (vestido a la última moda) en muchas pantallas de TV de muchas familias mexicanas, cuando muchos capitalinos se preparan para regresar de Cuernavaca (o Aca) a la ciudad de México, más o menos a las cinco de la tarde, por el lado norte del DF, en torno al monumento a La Raza, en colonias medio proletarias-medio clase media, mientras adolescentes y jóvenes en el lado sur se habitúan al aire acondicionado de los restoranes "estilo americano", en los hoyos funkis empieza el reventón: en improvisados salones de baile –por ejemplo en el local de una ex carbonería, en una bodega— gira la música y la gente baila. Baila la música de rocanrol.
>
> Por su relación con esta música (en la que los jóvenes de la ciudad de México se refugian) a esos (y sólo a esos) lugares se les llama hoyos funkis (...)
>
> Hoyo es una palabra íntimamente conectada con el rock y música alrededor; además, con los lugares (se habla del jazz como música de sótano) subterráneos donde nació, creció y se reprodujo el lado oscuro (donde "black" es seudónimo de "dirty" y "funky" de "black") del rock.

---

[122] Comandado por el guitarrista de blues Sergio Villalobos, fallecido en julio de 1971, este grupo tenía el nombre más largo que jamás le ha sido puesto a un grupo de rock en México: "War Office Intelligent Service Inside of One Ambulant Hangar Blues Band Incorporated To the Holding Inquisition". Villalobos lo traducía como: "Todo lo que tenga que ver con guerra dentro de un hangar ambulante incorporado a la Santa Inquisición Banda de Blues". Los roqueros, sin embargo, lo conocían como el *Hangar Ambulante* o simplemente el *Hangar*.

> Hoyo, pues, es un lugar donde se toca música proveniente de los negros. Casi toda la músca negra norteamericana es “funky” (...) En México, el danzón inauguró los hoyos funkis del siglo XX (...)
>
> A la calle (o la avenida) donde está el hoyo las parejas, los maestros, las profesoras, van llegándole; ellas matas lacias, acá; los ojos ónix, brillando de ganas de un buen refuego; pantos chiros que se les ven, ¡cámara!, chanchísimos, ¡muy funkis! Playeras efectivas que se les ven, digo, efectivas en sus cálidos cuerpos. Digo, las hijas muy acá como buenas profesoras; ostras en el rol de chavas jot pants. Y los maestros se lanzaban con buenas matas algunos, ostros con ondas de pantos y camisas acá los chiros.[123]

Casi todas estas agrupaciones graban discos, principalmente en las compañías Cisne Raff, pequeña casa grabadora fundada en 1966, y Polydor,[124] y ganan un espacio radiofónico en la Ciudad de México: la emisora “Radio Juventud, Canal 66”, en la frecuencia de 660 AM, les abre espacio para difundir sus grabaciones que logran un considerable éxito entre el personal roquero del DF.

Para mediados de 1971, este elenco goza de reconocimiento entre una buena parte de los jóvenes radiófilos. Cada grupo tiene uno o más *hits* que se transmiten por “Radio Juventud” y eventualmente en “Radio 590, La Pantera”, emisora que difunde rock y *pop* en inglés y abre algunos espacios para los roqueros mexicanos. *La Revolución de Emiliano Zapata* coloca “Nasty sex”;[125] *El Ritual* hace ingresar a la programación “Bajo el sol y frente a Dios”; *Bandido*, logra un sonido impresionante con “Freedom now” y “Winter lady”; *Love Army* se hace popular con “Caminata Cerebral”, y *Peace and love* pega con tres *hits* muy fuertes: la canción tema del grupo, llamada también “Peace and Love”, “We got the Power” y “Latin Feelin’”. El movimiento roquero mexicano parece tener solidez.

---

[123] Parménides García Saldaña, “Hoyos Funky”, en *Piedra Rodante* el 15 de julio de 1971.

[124] Este nuevo movimiento roquero ya no interesó a la disquera Orfeón, que prefirió abstenerse de apoyarlo. Uno de sus ejecutivos explicó así el abandono de esa empresa al rock nacional: “Sí había cierto mercado (con el nuevo movimiento), quizá nosotros perdimos un poco la brújula ahí, no tuvimos el éxito económico que habíamos llevado y nos dedicamos a otras tendencias, a impulsar baladistas, a impulsar gente nueva. Los grupos que sacamos nosotros fueron perdiendo interés para el público y cuando el público no compra pues se acabó... nos alejamos, vendieron mucho más los originales que los *covers*, esa fue la razón”. Carlos Beltrand Luján, entrevistado por Eric Zolov, *op. cit*., p. 238.

[125] El escritor Parménides García Saldaña escribió el siguiente comentario acerca de la inclusión de *Nasty Sex* en Radio 590: “Con la inclusión de ‘Nasty Sex’ en Radio 590, La Revolución Mexicana se ha derribado una década de intolerancia, de incomprensión: el tabú de programar canciones de grupos rocanroleros mexicanos... A pesar de ser una canción mediocre, ‘Nasty Sex’ es bailable”. Parménides García Saldaña, “La Revolución Mexicana se quita el huarache”, en *Piedra Rodante*, 1 de mayo de 1971, p. 27.Citado por Eric Zolov, *op. cit*., p. 244.

El 10 de septiembre de ese año, se difunde todo el día, por los 660 kilohertz de Amplitud Modulada un promocional cuyo texto dice:

> RADIO JUVENTUD, CANAL 66, ¡ONDA AVÁNDARO! ¡MAÑANA SÁBADO, A PARTIR DE LAS 8 DE LA NOCHE Y TODA LA NOCHE! ¡GRAN FESTIVAL DE ROCK! ¡NO SE LO PIERDA¡ ¡RADIO JUVENTUD EN LA ONDA PESADA... LA PRIMERA Y LA MEJOR![126]

Un día después, el 11 de septiembre de 1971, esta generación roquera llega al momento culminante de su presencia radiofónica. A las 21 horas, "Radio Juventud" comienza la transmisión "en vivo", no sin ciertos problemas técnicos, del "Festival de Rock y Ruedas" celebrado en Avándaro. Durante su actuación, la banda *Peace and Love* interpreta dos números que ponen nerviosos a políticos y censores en la Secretaría de Gobernación: "We got the Power" y "Mariguana". Durante la interpretación de esta pieza, Felipe Maldonado, tecladista de *Peace and Love*, arenga a la multitud reunida en Avándaro para cantar el coro de la canción: "Mari-mariguana, mari-mariguana; I like mariguana, you like mariguana, we like mariguana to", grita el músico oriundo de Tijuana. ¡"Es tu vida y tú haces lo que tú quieres!", vuelve a gritar y cantar el coro: "Mari-mariguana, mari-mariguana". Finalmente, exhorta: "¡Chingue a su madre el que no cante!". Entonces el *switch* se apaga para el rock mexicano. La Secretaría de Gobernación retira del aire la transmisión del festival y el locutor de turno en "Radio Juventud", Félix Ruano Méndez, quien también trabaja como director artístico de la emisora, es citado a comparecer ante las autoridades acusado de violar Ley Federal de Radio y Televisión, que prohíbe transmitir palabras soeces y realizar la apología del vicio.[127]

El apagón radiofónico para el rock mexicano dura más de una década. Los grupos de rock nacionales son echados de la programación radiofónica. Su ausencia dura casi tres lustros, tiempo en el que se refugian en los "hoyos fonkys", espacios que asumen el discreto encanto de la semiclandestinidad. Sin embargo,

---

[126] Además de difundirse profusamente en la emisora, el texto del anuncio apareció publicado en varios periódicos.

[127] A través de Radio Juventud, Ruano Méndez llamó a este movimiento roquero mexicano de inicios de los setenta "La onda chicana". Junto con Ruano, fueron suspendidos temporalmente y llamados a declarar por la Secretaría de Gobernación, los también locutores Rubén López Córdoba y Agustín Meza de la Peña, quienes también participaron en la transmisión.

algunos roqueros cambian de bandera ante la necesidad de subsistir como músicos y se transforman en cumbieros, resucitadores de boleros o intérpretes de canciones románticas y baladas, aunque acompañados siempre de guitarra eléctrica, bajo y batería, la dotación básica de los grupos de rock.

Con el rock mexicano desplazado de la radio, y con un buen número de ex roqueros refugiados en la cumbia, el bolero y la balada, los espacios musicales en la radio fueron ocupados en el primer lustro de los años setenta por géneros añejos, como la canción ranchera, donde se fortalecieron intérpretes como Vicente Fernández, Lucha Villa o las Hermanas Núñez, la “música tropical”, con las “sonoras”, no únicamente la *Santanera* y la *Matancera*, ya con éxito desde los años sesenta, sino con algunas nuevas, como la *Maracaibo*, y grupos mexicanos, como el *Conjunto África*, entre otros. Sin embargo, son tres las formas musicales que se desarrollan aceleradamente en la primera mitad de los años setenta: 1) un híbrido que tiene a la cumbia como elemento central, pero incluye matices de balada y rock, donde destacan el tamaulipeco Rigo Tovar y su grupo *Costa Azul*, el grupo *Audaz* de Rigo Domínguez y la agrupación comandada por otro músico llamado Javier Pazos; 2) un intento por recuperar el bolero y la música de tema romántico, donde el amo es, sin duda, José José, “El príncipe de la canción”; y 3) las baladas, el género más popular en la década de los setenta, donde participan tanto intérpretes solistas como grupos cuya dotación instrumental es la básica del grupo de rock: bajo y guitarra eléctricos y batería.

Asimismo, surge en los años setenta un fenómeno protagonizado por algunos de los antiguos roqueros que dan el cambiazo hacia la cumbia, quienes crean una música elemental y repetitiva a la que músicos profesionales llaman despectivamente “chunchaca”. Interpretada con la instrumentación característica del rock pero con elementos rítmicos de la cumbia, la “chunchaca” fue llamada así debido a que el sonido de su base rítmica, ya fuera marcada por alguna percusión como el güiro o por el rasgueo de la guitarra, generaba un sonido cuya onomatopeya era precisamente “chunchaca-chunchaca-chunchacachun”. Entre los “chunchaqueros” más conocidos están Chico Che y su grupo *La Crisis*, al igual

que conjuntos como *Acapulco Tropical* o *La Luz roja de San Marcos* que llegaron a tener bastante éxito comercial en esa década.

6.2. *Invasión discográfica*

Una particularidad de esta época es que, a diferencia de las décadas precedentes, la música en español escuchada en México a través de la radio y de los discos ya no es preferentemente compuesta e interpretada por mexicanos, sino, en un alto porcentaje, a veces mayoritario como puede verse en las "listas de popularidad" que se incluyen en el capítulo III de este trabajo, por autores y cantantes extranjeros, especialmente españoles y argentinos.

Entre los intérpretes mexicanos de baladas en los años setenta destacan Juan Gabriel, Napoleón, Rigo Tovar (que inició su trayectoria musical como intérprete de baladas, aunque luego derivó a la cumbia-rock) y Joan Sebastian (cuyo nombre es José Manuel Figueroa, más tarde compositor y productor discográfico de "música grupera"). La lista de baladistas no mexicanos es mucho más grande: Camilo Sesto, Julio Iglesias, Miguel Gallardo y Angela Carrasco, de España; King Clave, Sandro, Diego Verdaguer y Leo Dan (éste último con éxito radiofónico y discográfico en México desde los sesenta), de Argentina. Por el lado de los grupos, llegan a México y colocan *hits* en la radio *Los Angeles Negros*, de Chile, *Los Terrícolas*, de Venezuela, y *Los Pasteles Verdes*, de Perú. Asimismo, diversos intérpretes de otros países hacen *covers* en español de sus éxitos en inglés o italiano para promoverlos en el mercado mexicano.

El volumen de música que se produce en el país y que llega a él proveniente del exterior crece en proporciones impresionantes. A las grandes firmas discográficas, nacionales y transnacionales, les interesa que su producto sea consumido, por lo que a través de diversos mecanismos de mercadotecnia, relaciones públicas y hasta de corrupción, como en el caso de la *payola*,[128] abren espacios para sus músicos e interpretes en la radio. Cantantes, grupos, compositores que no logran integrarse a ese esquema quedan fuera de los medios electrónicos. Un ejemplo interesante de cómo una disquera transnacional promovía en esta década sus productos musicales en el mundo es el de la

[128] El tema de la *payola* es abordado en el capítulo III de este trabajo.

empresa Columbia (CBS), que en 1977 firmó contrato con el compositor e intérprete español Julio Iglesias.

El convenio entre el cantante y Columbia era por tres años, con posibilidad de renovación. Incluía la distribución mundial, a través de Columbia International, de los discos que Iglesias grabara. La empresa consideraba que Iglesias se convertiría "dentro de muy poco en el *crooner* joven más importante del mundo". El compromiso del cantante era grabar, a cambio de una suma equivalente a 250 millones de pesetas, tres discos al año: uno en español "para los países latinos"; otro en inglés, "para el resto del mundo" y otro en la lengua que Columbia decidiera de acuerdo a sus estudios de mercado.

Iglesias quedaba obligado a vivir por lo menos cuatro meses del año en Estados Unidos, pero estaba en libertad de fijar su residencia oficial donde él deseara. Para tal efecto, el cantante eligió a Panamá, aunque en realidad pasaba más tiempo en Estados Unidos y en otros países. "La verdad –declaró— es que eso es un mero trámite que he hecho para ahorrarme el 50 por ciento de los impuestos que tendría que pagar en Estados Unidos si fijara oficialmente mi residencia allá".[129]

A pesar de que tenía su residencia oficial en Panamá, el cantante no tenía necesidad de justificarla con su presencia porque poseía una "visa múltiple" concedida por el gobierno panameño para entrar y salir del país sin mayores problemas y un certificado de nacionalidad otorgado por la embajada de España en Panamá donde se acreditaba que Iglesias era residente en el país centroamericano.[130] En enero de 1980, Julio Iglesias renovó por cinco años el contrato con Columbia.

7. Fin de siglo: fábrica de estrellas

Hasta los años sesenta y parte de los setenta, el procedimiento habitual para que un intérprete pudiera grabar discos y aparecer en la radio consistía en que fuera "descubierto" durante una actuación en algún escenario modesto, o bien que ése

---

[129] *Notitas musicales*, 1 de agosto de 1977, p. 45.

[130] *Ibidem*. Según la corresponsal de la agencia EFE en Panamá, Soledad Garcibáñez, "en Panamá radica un centro financiero internacional con más de setenta bancos de distintos países. Muchos de (ellos) tienen autorización para manejar cuentas numéricas y cifradas, con lo que si Julio Iglesias decidiera tener una aquí nadie lo sabría y podría muy bien disponer de ese dinero".

músico o cantante se presentara a una emisora o a una casa discográfica para hacer una prueba. Así lo hemos visto en este capítulo al describir la situación de la radio musical en los años cuarenta. Eran talentos que existían en el ambiente musical, jóvenes que trabajaban, iban creando una trayectoria y requerían de dar el salto a los medios para ser conocidos masivamente.

Pero a partir de los años setenta, el procedimiento se invirtió. Las empresas de medios más poderosas dejaron de buscar talentos mediante los procedimientos que habían sido habituales y decidieron "crear" sus propias estrellas musicales –vía el *casting*-- en "centros de capacitación" montados ex profeso y al cuidado de algún productor de confianza. Incluso, como veremos enseguida, hubo "productores independientes" que crearon solistas o grupos aspirantes a *estrellas* y luego los ofrecieron a las disqueras y a la televisión. En las décadas de los ochenta y los noventa, los principales espacios en los medios y las mayores oportunidades en la industria discográfica y la radio quedaron reservados para los intérpretes "prefabricados".

Las "fabricas de estrellas" se instalaron lo mismo en México que otras en países de América Latina o en España y ahí fueron concebidos grupos como *Menudo*, *Parchis*, *Timbiriche*, *Flans* o *Garibaldi*, y cantantes como Crystal o Gloria Trevi. En todos los casos "el concepto" fue siempre más importante que el grupo o el cantante; es decir, no se trató de intérpretes musicales surgidos de manera "natural" en algún lugar del país o del mundo, los cuales empezaran a cantar y a desarrollar un estilo y una imagen, a evolucionar musicalmente, a producir una obra y a someterla (y someterse como intérpretes) al juicio del público. Ocurrió exactamente al revés: el "fabricante de estrellas" realizaba un análisis mercadológico acerca de qué características debería tener un grupo musical o un cantante para resultar atractivo a un sector del público; diseñaba un vestuario, una imagen para el o la cantante, o bien para cada integrante de un grupo, y los dotaba de una "personalidad", una forma de ser y de hablar, además de un estilo de cantar y moverse en el escenario. Sólo después de elaborado este "concepto general" se elegía vía el *casting*, a los hombres o mujeres, niños y niñas, que

podían “encarnar” las ideas que el “fabricante de estrellas” había generado en su cabeza.

Los siguientes ejemplos acerca de cómo fueron creados varios de estos grupos, pueden dar una idea del proceso seguido para fabricar *estrellas* del espectáculo en los años ochenta y el primer lustro de los noventa en el siglo XX.

Menudo: A mediados de 1977, el productor puertorriqueño Edgardo Díaz tuvo la idea de crear un grupo musical integrado por adolescentes con una edad máxima de 15 años que se apartara del concepto tradicional, es decir aquel en el cual los integrantes ejecutaban instrumentos y tenían un cantante solista. El nicho de mercado al que Díaz quería llegar era el de los adolescentes, “segmento de la población cada vez más grande y sin embargo desatendido por la industria del espectáculo, cuando menos en América Latina”.[131] El grupo en el que pensaba Díaz debería ser básicamente “visual” y sus integrantes bellos físicamente. La calidad musical no importaba tanto, pues en realidad el principal atractivo estaría en la imagen y en los movimientos coreográficos de los integrantes quienes tendrían que cantar pero no ejecutar instrumentos sino bailar. El acompañamiento musical quedaría a cargo de un grupo profesional atrás del escenario o de pistas grabadas.

Inicialmente pensado para el mercado de Puerto Rico, el grupo debía ser “pluriétnico” con el fin de representar la compleja mezcla racial de ese país: tenía que haber algún rubio, un mestizo, otro de piel morena, pero, curiosamente, ninguno de raza negra. Las canciones que el grupo cantara debían tratar temas de interés para los adolescentes: “amor, desamor, el primer noviazgo, las experiencias escolares, las aventuras con los amigos y los sueños propios de la edad”.[132]

El primer disco de *Menudo* fue lanzado en 1977 con tal éxito que Puerto Rico le quedó chico al grupo y su *manager* y propietario, Edgardo Díaz, decidió llevarlo a giras por América Latina y Estados Unidos. Díaz había encontrado una fórmula para “atacar” con éxito el mercado musical adolescente, misma que fue copiada

---

[131] José Luis Martínez S. y Mario Villanueva, “La constelación mexicana; jóvenes guapos, efímeros y prescindibles”, en *Etcétera*, febrero de 2002, p. 40.
[132] *Ibidem*.

rápidamente por otros productores y empresas en países como México, Venezuela, España y aun Estados Unidos. En adelante, con variaciones mínimas, la fórmula de *Menudo* sería aplicada a otros nichos de mercado: los niños menores de 12 años, y los jóvenes de 18 a 21.

Parchís: Formado por tres niños y dos niñas con edades de entre 8 y 12 años al momento de su integración, *Parchís* fue creado por la empresa Belter, de Barcelona, España, que los "lanzó" al mercado a mediados de 1979. En relación al nombre del grupo y el vestuario de sus integrantes, el líder del grupo Constantino Fernández, más conocido como *Tino*, declaró en su primera visita a México:

> Parchís es un juego muy popular y entretenido que aquí en México se conoce como Parkasé, según nos lo han hecho saber... Cada uno de nosotros utilizamos los colores que se usan en el juego... David siempre viste de blanco, Franck de azul, Yolanda de amarillo, Gema de verde y yo de rojo... por eso digo que 'yo soy ficha roja' (en la canción tema del grupo).[133]

Parchís era regenteado por un ejecutivo de la empresa Belter llamado Ignacio Haner. Sobre el éxito del grupo y la forma en que fue creado, *Tino*, de 14 años al momento de la entrevista, decía:

> Yo diría que el éxito se debe a que desde el principio se hizo un estudio de mercado muy profundo a nivel mundial por parte de nuestra compañía Belter. Se dieron cuenta que había un vacío dentro del mundo musical y nos llamaron para formar este grupo, para que interpretáramos música para niños, sin que fuera puramente infantil, sino que tuviera un toque de nuestra época, con sonidos de rock, *twist* y otros ritmos de más actualidad... Los niños nos han aceptado porque se identifican con nosotros, ya que les cantamos los *hits* del momento y somos como ellos, de su misma edad y con su mismo carácter... creo que esa ha sido la base del éxito del grupo, aunque también ha sido muy importante la publicidad que nos han dado en todas partes.[134]

El "circuito mediático" recorrido por *Parchís* incluyó discos (en México sus grabaciones fueron distribuidas por Mussart), radio, televisión y cine: filmaron "La guerra de los niños", que batió récord de taquilla en España y Argentina, y "Parchís contra el inventor invisible".

Timbiriche: Ante el éxito comercial de *Menudo* y *Parchís*, la empresa mexicana Televisa decidió crear un grupo musical equivalente para competir con

---

[133] *Notitas musicales*, segunda quincena de agosto de 1981, pp. 61-68
[134] *Ibidem*.

aquellos. Surgió así *Timbiriche*, nombre de un popular juego infantil; como puede verse, no hubo recato alguno en copiar a *Parchís* la idea de tomar el nombre de un "juego de mesa" para designar al grupo. Se trataba de recuperar el mercado mexicano de publico infantil y adolescente, ocupado por los dos grupos extranjeros, y de ser posible competir con ellos en el mercado latinoamericano y español. La tarea fue encargada a Luis de Llano Macedo, quien a principios de los ochenta tenía el cargo de "productor triple A" en Televisa. En 1989, De Llano recordó cómo creó a *Timbiriche*:

> La idea de formar este grupo nació aproximadamente a principios de 1981. Televisa ya había fundado su Centro de Capacitación, con maestros tan competentes como Martha Zavaleta y Pedro Damián, que empezaron a preparar niños y jovencitos con la intención de tenerlos listos para futuras telenovelas y posiblemente lanzarlos en los terrenos de la música... En aquel entonces montaron una comedia musical titulada "La maravilla de crecer", en la que participaron los seis niñitos que después serían fundadores de *Timbiriche* (Benny, Sasha, Diego, Paulina, Alix y Mariana).
>
> Antes de que naciera *Timbiriche* llegó a México el grupo *Parchís* formado por tres niños y dos niñas. Yo les grabé dos programas de televisión, que los dejé guardados, porque a nadie interesaron, hasta que de repente la radio empezó a tocar algunos de sus temas y fue el primer grupo que le hizo competencia fuerte a *Menudo*. Nuestros niños seguían preparándose en el Centro de Capacitación y a iniciativa del señor Víctor Hugo O´Farril y un servidor decidimos integrar un grupo infantil de características especiales, que fuera diferente a *Menudo* y *Parchís*. Nos tardamos un año en terminarlos de preparar, hasta que los lanzamos, con su primer LP, el 30 de abril de 1982.[135]

Tras la formación de *Timbiriche*, Luis de Llano se dedicó a fabricar nuevos grupos siempre sobre la base de una premisa: crear primero un "concepto" fundamentado en un estudio de mercado, y luego "darle forma humana". De esta manera el grupo o el cantante podría dirigirse a un determinado "nicho" dentro del auditorio. Bajo la regencia de Luis de Llano, surgieron grupos como *Microchips*, dirigido a los niños menores de diez años y en el cual figuraba el hijo del propio De Llano; *Garibaldi*, grupo mixto formado por hombres y mujeres, que buscó su nicho entre los jóvenes de 17 a 25 años; y *Fresas con crema*, formado por hombres y mujeres de 21 a 24 años dirigido a jóvenes "fresas" o conservadores en ese rango de edad. La declaración de una de sus integrantes muestra la temática que abordaba la música de *Fresas con crema*:

---

[135] *Notitas musicales*, 1 de marzo de 1989, p. 64.

> Hablamos de cosas que nos pasan todos los días, de asuntos muy cotidianos, de las clases, de que te gusta un compañero de la escuela... de todas esas cosas que nos suceden diariamente a los jóvenes.[136]

El grupo estaba formado por cuatro hombres y tres mujeres. “No somos el mismo número –dijo una de sus integrantes— para que no se piense que somos parejas”.[137]

Una constante en todos estos grupos era la forma reclutar a sus integrantes: el *casting* masivo. Se hacía una convocatoria a la cual acudían decenas y a veces cientos de jóvenes. Se elegía a los más aptos de acuerdo con el “concepto” que la empresa o el productor habían diseñado y después se eliminaban aspirantes hasta quedar el número requerido para formar la agrupación. Por ejemplo, para crear *Fresas con crema*, se hizo un *casting* al que asistieron 300 jóvenes, de los cuales se eligió a 24. Tras una segunda eliminatoria quedaron 12 y a esos se les puso a ensayar durante varios meses hasta elegir a los siete que finalmente integraron el grupo.

Además de los grupos y cantantes creados directamente en “fábricas” de grandes empresas, existieron otros concebidos por “productores independientes” que se convertían en sus *managers* y en esa calidad los ofrecían a la televisión y a las empresas discográficas. Por ejemplo, el bailarín Milton Ghío creó un grupo llamado *Bronco* (sin ninguna relación con el conjunto grupero del mismo nombre) integrado por cinco varones de 17 a 19 años que debían tener estatura de 1.75 m. y capacidad para cantar y bailar. Hizo un *casting* con 200 personas, de las cuales eligió a 12 y de ahí tomó a cinco. La idea del grupo, explicada por uno de sus integrantes era: “Proyectar un tipo de agresividad positiva encauzada hacia la superación del ser humano... Proyectamos en escena cierta fuerza que desearíamos inyectárselas a todos para que logren lo que desean en la vida”.[138]

Entre estos productores independientes destaca Sergio Andrade, que en el primer lustro de los ochenta creó varios grupos. Uno de ellos fue *Ciclón*, formado

---

[136] *Notitas musicales*, 15 de julio de 1983, p. 52.
[137] *Ibidem*.
[138] *Notitas musicales*, 1 de agosto de 1983, p. 37.

por cinco hombres, de 18 a 21 años, cuyos integrantes explicaron así su proceso de reclutamiento:

> La idea (de formar el grupo) fue de nuestro director artístico y productor, Sergio Andrade... Mandó a hacer unos volantes en los que se solicitaba a jóvenes de 18 a 21 años de edad para formar un nuevo grupo. Los repartió principalmente en las preparatorias y otros centros donde se reúne la juventud. Se llegaron a reunir alrededor de 500 jóvenes. Nos hicieron pruebas de canto y baile. Quedamos 10 finalistas y de ahí nos quedamos los cinco que estamos actualmente.[139]

Asimismo, relataron las condiciones en las que se daba su adiestramiento:

> Ensayamos durante 6 meses... Teníamos una disciplina que duraba de las 7 de la mañana hasta las 10 de la noche. Desde levantarnos, a hacer gimnasia y estudiar un poco de todo, de lunes a domingo... Éramos 10 y no sabíamos todavía sí íbamos a grabar y quiénes nos íbamos a quedar... Por eso varios desertaron, porque realmente era para volverse locos, porque la verdad es que todos estábamos muy desesperados... Algunos explotaron y se fueron y nos quedamos los que teníamos mayor vocación y profesionalismo. Esa fue nuestra primera gran prueba.[140]

Como plataforma de lanzamiento para cantantes y grupos no fabricados directamente por ella, Televisa, en sociedad con la empresa Bacardí, creó el concurso “Valores Juveniles”, que fue ganado varias veces por intérpretes que regenteaba Sergio Andrade. Por ejemplo, en 1981, la cantante *Crystal* triunfó en ese concurso con la melodía “Suavemente”, composición de Andrade. En 1983, otro grupo de Andrade, llamado *Okidoki* (integrado por dos hombres y dos mujeres) ganó el mencionado festival. No obstante, la principal obra de Andrade fue la cantante Gloria Trevi, surgida de *Boquitas Pintadas*, uno más de los grupos creados por aquél.

El punto culminante en la fabricación de *estrellas* llegó en 1985 cuando la empresaria puertorriqueña radicada en México, Mildred Villafañe, dueña de la empresa Dum Dum, lanzó al grupo *Flans*, un proyecto que había llevado en la cabeza desde que inició la fiebre de los grupos prefabricados al principio de esa década, pero tardó más de tres años en llevar a cabo: empleó un año para diseñar el “concepto” y dos para elegir y preparar a las personas que lo iban a “encarnar”.

---

[139] *Notitas musicales*, 2 de mayo de 1983, p. 41.
[140] *Ibidem*.

La idea de Villafañe era crear un grupo distinto al resto de los surgidos en la época. No debía ser de hombres ni mixto, sino integrado exclusivamente por mujeres, algo que hasta ese momento no se le había ocurrido a nadie. Una de las chicas tenía que ser “romántica”, rol para el que fue elegida Irma Hernández Ochoa (Mimí), hija de los cantantes de música ranchera Lucha Moreno y José Juan; otra debía ser “alegre” y para ese papel se eligió a Ilse Olivo; la restante tenía que proyectar una imagen “exótica” y esa función recayó en Ivonne Guevara. Durante dos años el trío fue sometido a una intensa preparación en canto y baile, además de rigurosas pruebas de vestuario y maquillaje, y de selección de un repertorio musical. Su primer LP, que contenía el *hit* “Bazar” salió al mercado en octubre de 1985 y vendió un millón de copias al igual que el segundo, lanzado al año siguiente.

A finales de 1986, en pleno éxito mediático del grupo, con las dos canciones más vendidas y populares del año (“Bazar” y “No controles”), Mildred Villafañe lanzó la marca de ropa y accesorios *Códice Flans* que era distribuida en forma exclusiva por la tienda Suburbia.[141]

Muy demandado por jóvenes de gusto conservador, el género de *pop* en español nutrió la programación de varias estaciones en el Distrito Federal durante los años ochenta. En la banda de AM fue adoptado por XEX, XEDF, XEOY (radio Mil), XEJP (Radio Variedades), XEFR (Radio Felicidad), XEST (llamada Estudiantes AM y luego Radio Alegría) y XESM (radio Cañón). En FM por XEX FM, XHOF (Estéreo Joven), XERC FM (Estéreo 97.7) y XHPOP (Sonido 99).

7.1. *Nueva generación roquera*

En un ámbito radiofónico dominado por los grupos prefabricados en lo que al renglón de música para jóvenes se refiere, se abrió, a mediados de los ochenta, un nuevo espacio para el rock mexicano, proscrito en la radio del Distrito Federal desde 1971 y sólo presente en algunos espacios de la emisora cultural Radio Educación. Otra generación de grupos, algunos de reciente formación y otros sobrevivientes de los años setenta, e incluso de Avándaro, protagonizaron un nuevo movimiento musical. A diferencia de la anterior generación ya no cantaron

[141] *Notitas musicales*, 11 de febrero de 1986, pp. 31-33.

en inglés, sino en español, e incluso tradujeron sus antiguos nombres sajones: el célebre *Three Souls in my Mind* se transformó simplemente en *El Tri*, nombre con el que lo identificaba su público desde tiempo atrás; el *Dangerous Rhytm*, una banda *punk*, de finales de los años setenta, se convirtió en *Ritmo Peligroso*. Junto con grupos veteranos como Kenny y los Eléctricos (antes *Kenny & The Electrics*), cuyo guitarrista, Ricardo Ochoa, había formado parte del grupo *Peace and Love* a principios de los setenta, nuevas formaciones roqueras encontraron posibilidad de entrar a la radio en emisoras como Rock 101 (100.9 megahertz en la banda de FM) y, en menor proporción, WFM (96.9 de FM). *Bon y los Enemigos del Silencio*, *Rostros Ocultos* y *Neón* fueron, junto con los mencionados antes, algunos de esos grupos. Para finales de los ochenta y en los años noventa, la nueva generación de grupos roqueros, o de los distintos derivados y corrientes que surgen de él, tuvieron mayores posibilidades de ingresar a la radio. *La Maldita Vecindad*, *Café Tacuba*, *Control Machete*, *Molotov*, *La Lupita*, *Santa Sabina* o *Los Caifanes* (luego transformados en *Jaguares*), encontraron espacios en la llamada radio juvenil e incluso la frecuencia de 105.7 megahertz, *Órbita FM*, del Instituto Mexicano de la Radio, fue destinada a programar mayoritariamente a grupos mexicanos. Para los años noventa y el principio del siglo XXI, varios de estos grupos ya eran programados en las emisoras de *pop* en español al lado de conjuntos o baladistas considerados “fresas”, es decir, favoritos de los jóvenes conservadores.

A diferencia de los grupos que formaron parte de “la onda chicana” a principios de los setenta, los grupos de los ochenta y los noventa ya grabaron para las transnacionales de la industria discográfica como Sony, Warner Music, BMG, EMI Music y Universal Music.

7.2. *Radio* grupera

Durante el segundo lustro de los noventa, se consolidó en gran parte del país, incluida la Ciudad de México, un fenómeno musical que se había ido gestando, con lentitud y fortaleza a la vez, desde mediados de los años sesenta y que, tres décadas después, se constituyó como una presencia ineludible en las industrias radiofónica y discográfica: la música *grupera*.

Se trata de un híbrido donde confluyen varios géneros, un crisol donde se pueden identificar ritmos diversos, fundamentalmente la cumbia, el rock, el bolero, la música mexicana norteña, la música de "banda" de la costa del Pacífico, elementos de música ranchera e incluso otro ritmo colombiano, el vallenato; todo ello conjuntado en un soporte que tiene como fundamento la dotación básica del grupo de rock (bajo eléctrico, batería y guitarra eléctrica) a la que con el tiempo se le fueron añadiendo otros instrumentos, por ejemplo teclados (primero piano, después órgano y finalmente sintetizadores), acordeón, metales y percusiones diversas incluido, en ocasiones, el timbal de la música afroantillana. Su historia, como se mencionó antes, se remonta a la mezcla de rock y cumbia hecha por diversos grupos en los sesenta y setenta, el cambio de roqueros a boleristas efectuado por varias agrupaciones en los setenta y el aporte de grupos norteños nuevos que, en los noventa, incorporaron la tecnología y la electrónica para lograr un sonido "tecno-banda" o "tecno-norteño". Es un estilo musical que, como lo prueba su presencia en la radio, los discos y los espectaculares bailes masivos con asistencia mínima de 10 mil personas, logró un sitio en la historia de la música popular-comercial en México.

Para 1992, la música grupera ya constituía un fenómeno discográfico y musical especialmente en el norte del país. Ese año, algunas estaciones de "música tropical" en el Distrito Federal comienzan a programar canciones "gruperas" y para 1993, ante el éxito vertiginoso de esta música, aparece en la radio del DF una nueva especialización de emisoras: las "estaciones gruperas", categoría a la que se adscriben *Sonido Z* (posteriormente llamada *La Z*,107.3 mhz), *La Kebuena* (92.1 mhz) y *Radio Uno* (104.1 mhz). En ellas se difunde la música de las principales organizaciones gruperas: *Los Temerarios*, *Los Tigres del Norte*, *Banda Machos*, *Los Tucanes de Tijuana*, *Límite*, *Bronco* (luego llamado *El Gigante de América*), *El Mexicano*, así como grupos veteranos que habían sido antecedente del movimiento grupero, como *Los Yonic´s* y *Los Bukis*. Como se expondrá en el capítulo IV de este trabajo, la música grupera alcanzó tal nivel de popularidad en el DF que al final de la década de los noventa y en los primeros tres años del siglo XXI alcanzó el segundo lugar de preferencias por parte de los radioescuchas, sólo

detrás de la “música moderna en español”; sin embargo, una de las “estaciones gruperas”, *La Z* (107.3 de FM), fue la emisora más sintonizada en el Valle de México durante el periodo 1997-2004.

En la actualidad, la radio comercial en la Ciudad de México ofrece un panorama musical aparentemente amplio y variado; hay estaciones “salseras” y “cumbieras” (conocidas desde hace tiempo como de “música tropical”), “rancheras”, “gruperas”, de *pop* y rock, tanto en español como en inglés, y “música del recuerdo”; la “música clásica” desapareció de las emisoras comerciales y quedó limitada a las culturales. A pesar de esa variedad, muchas expresiones musicales valiosas se quedan sin posibilidad de acceder a la radio. Las razones por las cuales estas manifestaciones musicales han sido desplazadas de la radio o existe para ellas una escasa posibilidad de acceso son analizadas en los capítulos III y IV de este trabajo.

CAPÍTULO III

EL *HIT PARADE* MEXICANO*

Existe un vínculo evidente y muy estrecho entre la radio y la industria discográfica. No hay mejor medio para promover las producciones musicales que la radio. "La radio --se dice en la industria discográfica— ha sido siempre el elemento fundamental de promoción, es el vehículo de difusión natural de nuestro producto. La radio es determinante obligado y tradicional para que nuestro producto se conozca, sea aceptado por el público y se refleje en las ventas".[1] Esto es elemental, pues para que un producto discográfico se conozca "se tiene que escuchar".

1. Promoción radiofónica

Pero ¿cuál es el mecanismo a través del cual las empresas disqueras realizan la promoción de sus productos a través de la radio? Según la explicación oficial de la industria fonográfica, el procedimiento consiste en llevar a las radiodifusoras la grabación que se desea promover y tratar de convencer a quienes tienen a su cargo la programación musical para que incorporen a ella las canciones o melodías que la empresa discográfica les ofrece. Así lo ha expuesto un ejecutivo de esa industria:

> Lo que normalmente se hace es tratar de colocar el producto en la mayoría de las estaciones del género musical al que pertenece. Se trata de 'cuadrar' en todas las estaciones no sólo del Distrito Federal, sino de todo el país... Por eso en la

---

* Luego de relatar en el capítulo II la manera en que los diferentes géneros identificables dentro de la música popular-comercial llegaron a la Ciudad de México en diferentes periodos durante el siglo XX y cómo se integraron a la programación radiofónica, el presente capítulo tiene como objetivo principal ofrecer un registro cronológico de cuáles han sido en los últimos sesenta años (1944 a 2005) las canciones y los géneros que han ocupado los primeros lugares en las "listas de popularidad", así como de los músicos y cantantes que los han interpretado. En el capítulo se pone especial énfasis en el papel de la radio como principal instrumento empleado por la industria fonográfica para promover sus productos a través de diversos recursos, incluida la actividad conocida como *payola*.

[1] Edmundo Ortiz Ibarra, "A la caza del talento y en la busca del negocio", en *El Universo de La Radio*, No. 3, Otoño de 1996, p. 20. Al momento de publicar este artículo, el señor Ortiz Ibarra era gerente general de la Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas y Videogramas (AMPROFON).

> mayoría o en la totalidad de las compañías existe un departamento de promoción radial. Son personas que se dedican a llevar el producto a los programadores de radio y 'convencerlos' de que es un buen producto y deben programarlo. [2]

Opinión que coincide con la de otro alto directivo de esa industria:

> La relación que establecemos con las radiodifusoras se da entre los promotores de las disqueras y los directores artísticos o programadores de las estaciones. A éstos se les hace llegar el material musical que previamente hemos seleccionado un equipo de personas (ventas, promoción, gerentes) para lanzarlo a nivel nacional o regional. Se les motiva a los programadores para que escuchen el material y lo programen. En esto no existe contrato alguno... La conveniencia es para ambos; la estación enriquece su programación con nuestro material, al igual que nosotros nos favorecemos si se programa a nuestros artistas.[3]

Parecería entonces, según estas declaraciones, que el programador radiofónico, de acuerdo a sus conocimientos musicales, a sus preferencias personales, a su gusto particular en materia de música, a su relación –buena o mala, estrecha o lejana— con una disquera y sus ejecutivos, a su "visión comercial" para determinar qué número musical puede tener éxito en la radio, a su sensibilidad para "interpretar" qué música puede gustar a la gente, o de acuerdo a algún procedimiento técnico ---una encuesta o un sondeo—, determinaría qué canciones difundir. Sin duda todos o varios de estos elementos están y han estado presentes a través de la historia de la radio en México e influido para conformar la programación musical de las emisoras. Sin embargo, existe otro elemento de carácter subrepticio, casi clandestino, pero fundamental, que, al menos desde 1958, parece haber sido determinante en la conformación de las cartas programáticas de las estaciones que en México difunden música: la *payola*.

1.1. *El caso de la* payola

Como se indicó en el capítulo I de este trabajo, se entiende por *payola* (palabra derivada del inglés *pay all*, "pagar por todo") a la práctica que llevan a cabo algunas empresas disqueras para "promover" una grabación en la radio mediante la entrega de dinero u obsequios a programadores, gerentes o "directores

---

[2] Declaración del señor Luis Arias Barrera, presidente y director general de la empresa discográfica Sonopress, en *ibidem*.
[3] Declaración del señor Francisco Llopis, director de mercadotecnia de discos Musart, en *Adcebra*, abril de 1994, p.p. 5-6.

artísticos" de las estaciones con el fin de que difundan varias veces al día una pieza musical.[4] La *payola* es un tema cuyo tratamiento suele ser eludido por los programadores o directores de las radiodifusoras; sin embargo, unos y otros aceptan su existencia, aunque cuando algunos deciden referirse a él es para impugnar su práctica y dejar claro que ellos jamás han estado involucrados. Por ejemplo, el gerente y programador de la *Tropi Q*, emisora especializada en música afroantillana que ocupó la frecuencia de 92.9 de FM en la década de los ochenta, declaró al respecto: "Con gusto recibimos los materiales de las disqueras, pero no aceptamos imposiciones". Con relación a la *payola* o la aceptación de dádivas, declaró: "Esas presiones no las sentimos porque recibimos un sueldo, y eso lo entienden quienes nos ofrecen los productos". Y a la pregunta de si la existencia de la *payola* se debía a los bajos sueldos en la industria radiofónica, respondió: "No, yo no creo que sea una cosa de sueldos, sino de ética y de principios".[5]

Igualmente, el señor Gabriel Hernández, uno de los responsables de programación radiofónica más experimentados en México, ha aceptado la existencia de la *payola*: "Los culpables de la *payola* son los cantantes y los grupos que no se han preparado, y en su afán por destacar en la industria del espectáculo tienen que pagar la transmisión de sus números musicales".[6]

---

[4] "¿En qué consiste la *payola*? Es la compra de tiempos radiofónicos por parte de las casas disqueras, a través de programadores, locutores y operadores de radiodifusión a quienes las empresas discográficas pagan 'el favor' mediante dinero en efectivo, coches, casas, viajes, mujeres, vino y otros regalos", Verónica Piña Jarillo, "La *payola*: el lado oscuro de las estrellas", en *El Nacional*, 7 de diciembre de 1992, p. 17, sección Espectáculos. La autora de este reportaje se hace al principio del mismo una pregunta que conforma el hilo conductor de su trabajo: "¿Cómo es posible que en la actualidad muchos programadores radiofónicos (no todos) manejen coche último modelo y vivan en casas o departamentos que cuestan varios millones de pesos, cuando sus sueldos máximos apenas alcanzan los seis millones de pesos?". Debe aclararse que este reportaje fue publicado en 1992 cuando entraron en vigor los "nuevos pesos" a los que se les "agregaron" tres ceros, por lo que un sueldo de 6 000 000 de pesos sería en realidad de 6 000 pesos.

[5] Declaraciones de Manuel Durán, gerente y programador de la Tropi Q, a *La Jornada*, 23 de febrero de 1987, p. 37. Durán es actualmente (2006) director artístico de *Sabrosita*, emisora que transmite en los 590 de AM en el Distrito Federal.

[6] Declaración de Gabriel Hernández a *El Nacional*, 7 de diciembre de 1992, p. 17, sección Espectáculos. Al momento de formular este comentario el señor Hernández era director artístico de Radio Variedades AM y 97.7 FM, ambas del Grupo Radio Centro. Actualmente (2005) continúa como director artístico de 97.7 FM y lo es también de *La Z* (107.3 FM) emisora *grupera* que, como veremos en el capítulo IV, ha tenido los mayores niveles de audiencia en el Valle de México de 1997 a 2005.

A diferencia de México, donde este fenómeno es un asunto clandestino cuya existencia muchos reconocen pero en el que nadie acepta estar involucrado, en Estados Unidos, país donde la *payola* se originó en la década de los cincuenta en el siglo XX, la práctica de dar dinero a una emisora de radio para promover una grabación musical constituye un delito. En ese país es ilegal que una emisora acepte dádivas en dinero o especie por parte de una casa disquera para difundir las canciones que ésta desea promover, a menos que anuncie públicamente haber recibido pago por hacerlo; es decir, la emisora tendría la obligación de aclararle al auditorio que una determinada canción está siendo difundida mediante un pago por parte de la disquera o algún promotor. De no hacer esta aclaración, la emisora puede ser castigada con una multa de 10 mil dólares y hasta un año de prisión para el responsable de la estación.[7]

La determinación de considerar como delito a esta práctica fue adoptada en Estados Unidos luego de que en 1960 un grupo de 200 *disc jockeys*, entre ellos el legendario Alan Freed, inventor del término *rock and roll*, reconocieron públicamente haber aceptado dinero a cambio de programar canciones en las emisoras donde trabajaban.[8] Posteriormente, hubo en Estados Unidos otros escándalos provocados por la *payola*. En los años ochenta, por ejemplo, se descubrió la existencia de una red de promotores independientes, sin liga pública con empresas discográficas, que pagaban millones de dólares por influir en la programación radiofónica a favor de ciertos cantantes. Finalmente, en 1999, la empresa mexicana Fonovisa, filial del consorcio Televisa, fue encontrada responsable de haber pagado más un millón de dólares a directores de programación de radiodifusoras en español de Estados Unidos para que difundieran la música de sus cantantes y grupos. Cuando la *payola* de Fonovisa cesó “la mitad de esos artistas cayó en picada de las listas del Billboard”, revista

---

[7] *Reforma*, 17 de marzo de 1998, en www.reforma.com, sección archivo.
[8] *Ibidem*.

que, en Estados Unidos, marca la pauta en cuanto a los índices de popularidad de las canciones.[9]

En diciembre de 2002, el diario *The Miami Herald* publicó un reportaje donde explicaba la forma en que operaba la *payola* en Estados Unidos, específicamente en la “radio latina”. En esa publicación se relata como ejemplo el caso de un promotor que deseaba colocar una canción en la radio de Orlando, Florida, y al cual se le pidieron 3 mil dólares para programarla varias veces al día durante un mes. Ese mismo productor deseaba colocar otros tres números musicales en la radio de Puerto Rico y le fueron solicitados 10 mil dólares para difundir por espacio de un mes esas canciones en siete emisoras de la isla y 5 mil por promoverlas en tres con el siguiente tabulador: 3 mil 500 por una estación, mil 100 por una adicional y 500 por una tercera.[10]

En México se tienen indicios de que la *payola* habría comenzado a practicarse hacia 1958. Según datos de un reportaje publicado en *El Nacional*, “el movimiento de la *payola* comenzó en 1958, en estaciones que transmitían música popular, como Radio Variedades. Ya en los sesenta se incorporan al fenómeno estaciones como Radio Mil, XEDF y Radio Sinfonola. En los setenta, las disqueras compraban el tiempo (para difundir) cinco o seis números musicales a estaciones de radio”.[11] Las radiodifusoras mencionadas eran, en efecto, de las más escuchadas en esos años: Radio Variedades programaba música de diverso tipo, especialmente moderna en español y en inglés, Radio Mil y XEDF eran líderes en cuanto a la programación de “música juvenil en español”, especialmente *rock and roll* y baladas, mientras que Radio Sinfonola se especializaba en música ranchera y norteña.

---

[9] Jordan Levine, “Payola called fixture in latin music”, en *The Miami Herald*, 8 de diciembre de 2002.
[10] I*bidem*.
[11] Verónica Piña Jarillo, *op.cit*. La autora de este reportaje no precisa sus fuentes porque, aclara, “cabe señalar que, debido a la delicadeza del tema, fue difícil encontrar personas que accedieran a hablar al respecto, y quienes aceptaron solicitaron que su identidad no fuera revelada; sólo Gabriel Hernández, director artístico de Radio Variedades y Estéreo 97.7, permitió que se citara su nombre”.

La fecha que se señala en ese reportaje como probable inicio de la *payola* en nuestro país coincide con el momento en que se consolida en México la existencia de estaciones "disqueras", es decir las emisoras que basaban su oferta en la emisión de música grabada y no en programas *en vivo* –tema al que nos referimos en el capítulo II de este trabajo--, las cuales se habían constituido como ampliamente mayoritarias dentro del cuadrante radiofónico, no sólo en el Distrito Federal sino en todo el país.

En agosto de 2003, el tema de la *payola* provocó escándalo en México cuando un ejecutivo de la industria discográfica confesó públicamente la existencia de esta práctica. El día 5 de ese mes, en conferencia de prensa, un alto ejecutivo de la disquera Universal Music[12] expuso detalladamente cómo funciona la *payola* en México:[13]

a) En el Distrito Federal, según el ejecutivo de Universal, las grandes disqueras habían repartido mensualmente durante el año 2003 entre 2 y 4 millones de pesos como *payola*, es decir aproximadamente 150 mil pesos a cada emisora especializada en programación musical.[14]

b) Un programador radiofónico de las emisoras donde se practica la *payola* podía tener en esa fecha, gracias a ella, ingresos mensuales por aproximadamente 500 mil pesos, "mayores a las de un secretario de Estado".[15]

c) El declarante subrayó el carácter generalizado de la *payola* en la radio comercial de México. Según él, todas las estaciones entraron en 2003 a la repartición de dádivas, lo mismo que todas las compañías disqueras.[16]

---

[12] El señor Jorge Ávila, quien se desempeñaba como gerente de compilaciones del Departamento de Mercadeo y Estrategia de Universal Music.

[13] *Reforma*, 6 de agosto de 2003. La conferencia de prensa en la que Jorge Ávila terminó hablando de la *payola* fue citada originalmente para presentar dos compilaciones de éxitos de la cantante cubana Celia Cruz, editadas por Universal Music y la emisora EXA FM. Sin embargo, luego de una pregunta sobre la *payola* en México, el ejecutivo decidió explayarse en el tema debido a que, según anunció, Universal Music había decidido retirarse de esa práctica a partir del 1 de agosto de 2003.

[14] *Ibidem*.

[15] "Un programador de radio tiene un sueldo mayor que cualquier secretario de Estado... Si hacemos un estudio rápido, con que las cinco disqueras transnacionales (BMG, Warner, Sony, Universal y EMI), le demos 100 mil (pesos)... estaría ganando 500 mil (pesos) libres cada mes". *Ibidem*.

d) Otra de las características de la *payola*, reveladas el 5 de agosto de 2003, es que a mayor pago más "tocadas" en la radio. Una vez que se entrega la *payola* a los programadores se determina el número de veces que deberá transmitirse un tema musical por la radio, y puede inferirse que mientras más grande es el monto de la dádiva mayor será el número de ejecuciones de la canción.

e) Finalmente, el ejecutivo de la industria discográfica ubicó el origen de la *payola* en nuestro país a finales de los años cincuenta o principios de los sesenta en el siglo XX. La primera persona que practicó la *payola* en México habría sido un señor llamado Ignacio Morales, director de la disquera IM, quien hace "más de 40 años pagó 150 pesos para que tocaran al trío *Los Diamantes* en la radio".[17]

f) Una última revelación fue que cada casa discográfica dedica a la promoción en radio el 40% del presupuesto de publicidad con que cuenta y en ese rubro está considerada la *payola*.[18]

1.2. *Radio: dos tercios del éxito*

Aunque en el ámbito de la industria discográfica el vocablo *payola* causa escozor, se acepta, sin embargo, la existencia de erogaciones monetarias con el fin de apoyar la difusión y el consumo de los productos musicales. Por supuesto, no se le llama *payola* ni se admite que se dé a directores artísticos o programadores mediante acuerdo previo para que una canción se difunda determinado número de veces en un periodo. La palabra que se utiliza para explicar esos gastos es "promoción". Su importancia es tal que, según la declaración de un ejecutivo de esa industria, "si el pitcher es el 70% en el *baseball*, la promoción es el 70% en la

---

[16] "A todos se les da. Llámese 97.7, Ke Buena o como se llame, todas reciben dinero mensual... La *payola* es un secreto a voces y sabemos que todos la pagan, desde la empresa (disquera) más grande hasta la más pequeña, incluso las independientes, aunque no se debería. (Por eso) desde el 1 de agosto nosotros (Universal Music) estamos fuera". *Ibidem*.

[17] *Ibidem*.

[18] *Ibidem*. Jorge Ávila fue el primer ejecutivo de la industria discográfica que se refirió públicamente a la existencia de la *payola* en la radio, pero a causa de su atrevimiento, su buena fe, exceso de franqueza o ingenuidad, perdió su empleo: Universal Music lo despidió al día siguiente de que formulara sus polémicas declaraciones (véase *Milenio Diario*, suplemento "Hey¡", 8 de agosto de 2003).

industria discográfica".[19] Las formas de promoción son muchas, aunque se reconoce a la radiodifusión como la mejor:

> Aunque el abanico de opciones de promoción del disco y artistas se ha venido desplegando en gran medida durante los últimos años mediante el uso de prensa, espectaculares, artículos promocionales como gorras playeras, plumas y otros muchos, entrevistas, presentaciones, conciertos, programas de televisión, *videoclips* y *spots*, la radio continúa siendo el medio más importante para lograr el éxito de un disco. [20]

Varios de estos "artículos promocionales" se distribuyen entre el público a través de las radiodifusoras:

> Las disqueras promueven en la estación el material que creen apropiado para que lo toquen. Les dicen a los programadores 'está muy bueno, escúchenlo'.
>
> Refuerzan esto con diversos artículos para ser regalados al tiempo de promocionar al grupo o cantante deseado con cortinillas musicales de las canciones potencialmente más exitosas.
>
> Los regalos que las disqueras ofrecen a la estación para el público van desde automóviles o electrodomésticos hasta dulces, camisetas, etcétera, y paquetes de discos y *cassettes* del grupo o cantante promocionado.[21]

Es claro que, vía la *payola* o las campañas de *promoción*, el acceso a la radio exige erogación de dinero para impulsar al cantante o grupo musical que aspire a darse a conocer a través de ese medio; en consecuencia, quien no tiene recursos económicos para efectuar una práctica u otra ve prácticamente cerrada la posibilidad de tener presencia radiofónica. *You don't pay, you don't play* (Si no pagas, no tocas) es una frase de uso común en los entretelones de la industria radiofónica en Estados Unidos, pero que tiene vigencia en otros países. La consecuencia de esto es que, al menos en los últimas cuatro décadas, una gran cantidad de músicos y cantantes ha visto obstaculizada la posibilidad de difundir su obra a través de la radio, o al menos de la radio comercial, la que concentra a la gran mayoría de la audiencia. Por supuesto, hay excepciones, existe la radio cultural y siempre habrá algún programador o director artístico en las emisoras

---

[19] La frase fue pronunciada en 1978 por Harry Ager, vicepresidente internacional de la compañía Polygram, pero sún se considera regla de oro en la industria discográfica. Citado por Edmundo Ortiz Ibarra, *op.cit*. p. 19.
[20] *Ibidem*.
[21] Declaración de Lilián de León, locutora del Grupo ACIR, en *Adcebra*, abril de 1994, p., 6.

que no entre al juego de la *payola* o las promociones y elabore una oferta que incluya música y músicos no apoyados en las dádivas o los regalos. Sin embargo, se trata, efectivamente, de excepciones, porque la *payola* y las promociones encuentran su campo de acción en las radiodifusoras cuya programación se basa en "éxitos del momento" y éstas son, entre las que difunden música, mayoritarias en el cuadrante del Distrito Federal. Por ejemplo, en el segundo semestre de 2004, de las 30 estaciones comerciales con formato musical en las bandas de AM y FM sólo 8 tenían una programación basada en música de catálogo, o sea música con algunos o con muchos años de existencia y que aún es suficientemente atractiva para armar con ella una oferta radiofónica. Al menos en teoría, estas emisoras con "música del recuerdo" estarían fuera del ámbito de acción de la *payola* o las promociones, aunque algunas de ellas combinan la programación de música "de catálogo" con *hits* del momento.

2. Las "listas de popularidad"

Además de la difusión a través de las radiodifusoras, a las empresas discográficas les interesa que las canciones interpretadas por los cantantes y grupos que constituyen su elenco aparezcan en las listas de popularidad, en el "desfile de éxitos", en el *Hit Parade* nacional.

El termino *Hit Parade* empezó a utilizarse en la radio mexicana el año de 1943 como parte de las labores de espionaje, "inteligencia" y propaganda que desarrollaba en nuestro país la Oficina del Coordinador de Asuntos Interamericanos (OCAIA) dependiente del gobierno de Estados Unidos. Este organismo, en asociación con la Columbia Broadcasting System (CBS), patrocinó la emisión, a través de la XEQ, de un programa, llamado precisamente *Hit Parade*, en donde se difundían los éxitos musicales del momento en Estados Unidos y que eran enlistados en el célebre "Desfile de Exitos" de ese país.[22] El programa se

[22] Véase José Luis Ortiz Garza, *La guerra de las ondas*, p.p. 69-73. En esta obra, Ortiz Garza analiza con detalle las actividades de la OCAIA en México y su participación en la radio mexicana. La actividad fundamental de este organismo en México, en lo que se refiere a la radio, era producir o patrocinar programas de propaganda para Estados Unidos y sus aliados con motivo de la II Guerra Mundial. La mayoría de estos programas era de comentarios, noticias y dramatizaciones en donde los soldados estadunidenses eran héroes, pero también había programas musicales. En su obra, el

transmitía los sábados a las 9.45 de la noche, con duración de media hora, y los éxitos del *Hit Parade* estadounidense eran interpretados por la orquesta de Mark Warnow. En la publicidad del programa, inserta en los periódicos, se explicaba la forma en que se definía la "lista de éxitos" que en Estados Unidos ingresaban al *Hit Parade*:

> ¿Cómo se determinan tales éxitos?... De la manera más práctica: por el número de discos y ejemplares de música impresa que se vende semanalmente, y las veces que cada composición se ejecuta en las ochocientas grandes estaciones de radio del país.
>
> Esa es la música a la que se le da cabida en el *Hit Parade*, todas las semanas. Hay, pues, para todos los gustos: cosas bailables, piezas populares del pasado, canto ¡y todo ejecutado a la perfección por la gran orquesta de Mark Warnow!.[23]

No obstante el horario estelar que ocupaba y la amplia publicidad que se le hacía, el programa sobre el *Hit Parade* estadounidense (que esa publicidad presentaba como el más popular dentro de Estados Unidos)[24] alcanzó niveles de audiencia muy bajos, según reportaban los estudios que la propia OCAIA elaboraba en la Ciudad de México. Su *rating* lograba apenas el 4.02% en el verano de 1943 y ocupaba el lugar 102 entre los programas de media hora.[25] Lo curioso fue que la cigarrera El Águila copió el formato de este programa y produjo uno igual, sólo que con éxitos de música mexicana y logró una gran audiencia. Este programa se llamaba *Revista Montecarlo* (una de las marcas de cigarrillos fabricadas por El Águila) y se difundía los miércoles a las 8.45 de la noche por la XEW. Alcanzó un *rating* de 76.62% durante el verano de 1943 y ocupó el cuarto lugar entre los programas de media hora en el cuadrante del Distrito Federal, sólo detrás de las siguientes emisiones: 1) *Tribunal del Pueblo*, un programa de música y variedades protagonizado por al actor cómico Roberto *Panzón* Soto, con el patrocinio de Colgate Palmolive y transmitido por la XEW con *rating* de 82.33; 2)

---

investigador Ortiz Garza incluye una relación de los programas patrocinados por la OCAIA, así como de los niveles de audiencia que tenían. Véase *op. cit.*, pp. 251-262

[23] Anuncio del programa *Hit Parade*, reproducido en *ibid*., p. 72.

[24] Según la publicidad, "en los Estados Unidos el *Hit Parade* es el programa predilecto de millones de radioescuchas, ricos y pobres, chicos y grandes. Y es que equivale a un verdadero desfile de los éxitos musicales de la semana". *Ibidem*.

[25] *Ibid*., p. 254.

La Hora del Aficionado, el tradicional concurso de aspirantes a estrellas de la XEW patrocinado por Bristol Myers, cuyo nivel de audiencia alcanzaba el 80.14; 3) *Rapsodia Panamericana*, un programa de variedad musical, también patrocinado por la OCAIA, con *rating* de 76.98.[26]

Al evaluar el fracaso de audiencia obtenido por el programa *Hit Parade*, la OCAIA se preguntaba si el nombre de la emisión era poco atractivo (y en ese caso habría que cambiarlo) o si la causa era sencillamente que la mayoría del público mexicano prefería en esa época la música producida en su país:

> La pobre aceptación del *Hit Parade* (...) sólo puede explicarse por el hecho de que un número muy limitado de mexicanos, los jóvenes, prefiere la música americana a su propia música. ¿O es acaso debido a que la música del *Hit Parade* es tan novedosa que llega a unos oídos poco familiarizados y, por tanto, poco capaces de reaccionar a ella? Muchas personas han preguntado por qué se llama así este programa. Un nombre en español, con mayor publicidad, puede cambiar esta situación.[27]

. De acuerdo a lo expuesto en el Capítulo II de este trabajo, la explicación más plausible en el fracaso del programa que difundía el *Hit Parade* estadounidense y el éxito conseguido por su equivalente que difundía los éxitos mexicanos, era que efectivamente la música producida en el país era preferida por la mayor parte de los radioescuchas. Sin embargo, lo que no lograba percibir la evaluación de la OCAIA era que el formato *Hit Parade*, la idea de presentar un programa que incluyera los éxitos de la semana en México sí había resultado muy atractiva para los radioescuchas mexicanos, como lo demostraba el caso de *Revista Montecarlo*.

Es muy probable que el éxito de *Revista Montecarlo* haya influido para convencer a las industrias discográfica y radiofónica, así como a las casas editoras de música, acerca de los beneficios comerciales que podía tener el contar con un *Hit Parade* mexicano, una lista donde se consignara qué canciones, compositores y cantantes o músicos alcanzaban los primeros lugares de popularidad. Pero es quizá más probable que la práctica de elaborar listas de popularidad haya tenido que ver con la llegada a México de las técnicas de operación radiofónica y medición de audiencia traídas al país por la OCAIA y por

---

[26] *Ibid*. p. 252.
[27] Citado por José Luis Ortiz Garza en *op.cit*., p. 71.

las agencias de publicidad estadounidenses que justamente en los años cuarenta consolidaron su presencia en México. En esa época, como es ampliamente conocido, las agencias de publicidad se encargaban directamente de la producción de los programas, de manera que las modernas técnicas de competencia en la industria radiofónica y discográfica, en donde las listas de popularidad juegan un papel importante, comenzaron a hacerse presentes en nuestro país.

De esta forma, a partir de 1944, algunas casas discográficas o editoras de música empezaron a publicar, en revistas que se especializaban o abordaban el tema de la radio, listados con las canciones que, según esas empresas, constituían los principales éxitos del momento. En el curso de ese año, la revista *Radiolandia* publicó de manera regular tres espacios con los *hits* musicales de dos casas discográficas –Víctor y Peerles— y una editora de música, la Promotora Hispano Americana de Música (PHAM). Esos espacios se llamaron "Últimas novedades en discos Víctor", "Ultimos éxitos en discos Peerles" y "Noticiero Pham". Se trata del primer antecedente que hemos encontrado de las listas de popularidad musicales en México y tienen un valor incalculable, pues a partir de ellas es posible contar con registros documentales relativamente organizados acerca de las canciones, compositores e intérpretes que ocuparon los primeros lugares de éxito comercial. A partir de 1946, la propia *Radiolandia* publicaba semanalmente un espacio llamado "Lo que más se toca actualmente en radio" que constituye, al menos en los resultados que ha arrojado esta investigación, la primera lista de popularidad formalmente constituida que involucra a la industria discográfica y radiofónica en México.

Así, desde el segundo lustro de los años cuarenta, la medición de los índices de popularidad conseguidos por intérpretes y melodías se convirtió en elemento de gran importancia para las compañías discográficas y las radiodifusoras, en tanto aportaba datos para apoyar el lanzamiento mediático de alguna *estrella* musical o bien para conformar el elenco de algún programa con el que se planeaba conseguir altos niveles de audiencia. Para los años cincuenta, la disputa

por estar entre los primeros lugares en las listas de los números más escuchados se convirtió en algo vital para compositores e intérpretes, y pobre de aquel que no apareciera en esos índices de popularidad, los cuales se transformaron en una especie de examen que debía presentarse una semana tras otra. De esta forma, la exigencia de estar en los primeros lugares empezó a volverse un obstáculo que paulatinamente iba dejando fuera de la radio a diversos intérpretes y expresiones musicales sin importar su calidad. Esta tendencia habría de fortalecerse en las décadas posteriores. En 1955, por ejemplo, un programa transmitido semanalmente por la XEW, "Revista de Éxitos General Electric", explicaba así, al aire, en la voz del locutor Francisco Javier Camargo, el procedimiento empleado para definir qué canciones eran dignas de ser consideradas éxitos musicales por las industrias radiofónica y discográfica:

> El favor del público, las ventas en casas editoras de música, compañías grabadoras y las ejecuciones en radiodifusoras y sinfonolas han calificado las melodías más populares de la semana que ofrecemos a ustedes en esta Revista de Exitos General Electric.[28]

En décadas posteriores diversas revistas, además de *Radiolandia*, incluyeron en sus páginas listas de popularidad. Entre ellas destacan *Selecciones Musicales*, que comenzó a publicarse a finales de los años cuarenta y hasta el principio de los sesenta, y *Notitas Musicales* que inició su publicación en 1955, en 1997 cambió su nombre a *Notas Musicales* y en 2001 adoptó la denominación de *Notas para ti* con la que actualmente se distribuye. A pesar de que estas y otras publicaciones pueden ser consideradas "frívolas" o "poco serias" por algunos sectores de la academia, tienen el mérito de haber construido un registro de las canciones y números musicales que más se han difundido por la radio y a los que la industria discográfica ha proporcionado más apoyo. Probablemente no están ahí las canciones que, por su calidad u otras razones, el público mexicano "debió" escuchar, pero sí están las que efectivamente fueron difundidas por la radio y las que la industria discográfica se empeñó en tratar de que fueran éxitos de ventas.

[28] Grabación del programa *Desfile de Exitos General Electric*, de 1955, reproducido en el programa *Estudio Azul y Plata*, difundido por la XEW en agosto de 2001.

La mayoría de estás revistas no ha explicado nunca la metodología seguida para conformar las listas de popularidad que publican. Quizá la excepción es *Selecciones Musicales* cuyo editor, Roberto Ayala, también programador radiofónico o *disc jockey*, como a él le gustaba ser llamado, publicó en 1962 un libro titulado *Musicosas*, con portada e ilustraciones del dibujante Alberto Isaac, en donde resumió las listas de popularidad publicadas por *Selecciones Musicales* entre 1948 y 1960. En ese volumen, Ayala explicó el proceso que se seguía en la revista para elaborar las listas con los éxitos musicales del momento:

> Determinar la popularidad de las canciones es –aunque parezca lo contrario--, una de las tareas más arduas que he conocido en mis catorce años de periodista y comentarista radiofónico. Es una tarea para un equipo humano, no para un solo hombre. Y se requiere la colaboración de numerosas empresas, corresponsales y del público. Desde sus comienzos, *Selecciones Musicales* publicó el 'Desfile de Exitos', convertido actualmente en el mejor órgano de orientación por lo que respecta a la popularidad de las canciones en México. ¿Cómo se determina esto? El proceso es complicado: Agencias de discos en todo el país, operadores de sinfonolas, editoras de música, casas grabadoras y corresponsales de *Selecciones Musicales* envían semana a semana los reportes locales. En las oficinas centrales se valora cada uno de esos reportes y por medio de una tabla de puntuación se califica a cada canción para determinar el sitio que ha de ocupar en el 'Desfile de Exitos'. Se toman en cuenta no solamente las ventas de los discos, sino también el número de interpretaciones en sinfonolas, el número de ejecuciones en estaciones de radio y televisión, así como la venta de música impresa. ¿Sencillo verdad?[29]

A partir de los años noventa se empezaron a realizar en México, a través de monitoreos, listados que incluyen el número de ejecuciones que un número musical tiene en la radio. La principal de estas mediciones lleva el nombre de Marketing Information y es realizada por la AMPROFON a partir de datos levantados por las empresas INRA y BIMSA.[30] En 1997, AMPROFON explicaba así las características de esa medición:

> ¿Cuál de las melodías que escuchó en la radio, a lo largo del año pasado, es la que más recuerda? Seguramente es alguna de las que aquí enumeramos, dependiendo del género de su agrado. Las listas que le presentamos en esta sección, contienen lo que podríamos llamar el *top ten* por tocadas de 1996, es

---

[29] Roberto Ayala, *Musicosas: manual del comentarista de radio y televisión*, p. 298.

[30] Marketing Information es un monitoreo elaborado semanalmente por la Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas y Videogramas (Amprofon) con información de las empresas INRA y BIMSA; consiste en un reporte de las canciones de diferentes géneros (pop en español, música grupera, tropical, rancheras) que se "tocan" más veces en la radio. Su metodología consiste en monitorear diariamente, de las 7.00 a las 22 horas, el 85% de las transmisiones radiales de música en las bandas de AM y FM.

> decir, las diez canciones que más veces fueron transmitidas en las estaciones de radio capitalinas el año pasado, y por lo tanto, en términos relativos, las más escuchadas. Ahora, además de incluir los datos básicos como posición y nombre de la canción (y) el intérprete..., agregamos el total de radioescuchas alcanzado por cada una de ellas. Esta cantidad está calculada por Marketing Information con base en los reportes de audiencia de INRA.[31]

Es posible afirmar que las listas de popularidad publicadas por las revistas especializadas en música guardan normalmente una relación directa con el número de ejecuciones reportadas por las empresas especializadas en monitoreo; es decir, que normalmente las canciones más "tocadas" en la radio encuentran un lugar dentro de las listas de popularidad. El ejemplo de los cuadros 12 y 13 puede ilustrar esta relación. El primero se refiere a las 25 canciones con mayor número de ejecuciones radiofónicas en el Distrito Federal dentro del género "pop en español" o "música moderna y juvenil en español" durante el periodo comprendido entre el 14 y el 18 de julio de 2003, elaborada por Marketing Information; el otro es la lista de las diez canciones (*top ten*) que, según la revista *Notas para ti*, fueron las más populares durante la primera quincena de julio de ese año dentro del mismo género. La lista de Marketing Information se basa en un monitoreo realizado simultáneamente a las emisoras del Distrito Federal XHMRD FM (EXA

---

[31] Reproducido en *El Universo de la Radio*, no. 4, invierno-primavera de 1997, p.p. 60-61.

CUADRO 12. LAS 25 CANCIONES MÁS *TOCADAS* EN EL DISTRITO FEDERAL

(Semana del 14 al 18 de julio de 2003)

Lugar	Título	Artista	Sello	Tocadas
1	Tal vez	Ricky Martin	Sony Columbia	154
2	Mariposa traicionera	Maná	Warner Music	152
3	Fotografía	Juanes	Universal Mercury	116
4	Puedes contar conmigo	La Oreja de Van Gogh	Sony Columbia	108
5	Todavía	La Factoría	Viva Music	104
6.	Sin miedo a nada	Alex Ubago	Warner Music	104
7	En qué momento	Moenia	BMG Ariola	103
8	Una emoción para siempre	Eros Ramazzotti	BMG Ariola	97
9	Ámate y sálvate	La Ley	Warner Music	96
10	Amor real	Sin Bandera	Sony Epic	86
11	Gritos de esperanza	Alex Ubago	Warner Music	85
12	Dígale	David Bisbal	Universal Mercury	85
13	Perdona	Tiziano Ferro	EMI Music	80
14	Morí	Tranza	Universal Mercury	78
15	Que me quedes tú	Shakira	Sony Columbia	78
16	A quién le importa	Thalía	EMI Music	73
17	Amame	Alexandre Pires	BMG Ariola	69
18	Alucinado	Yahir	Warner Music	66
19	Te vi venir	Sin Bandera	Sony Epic	59
20	Estés donde estés	HA-ASH	Sony Columbia	58
21	Caraluna	Los Bacilos	Warner Music	58
22	Te lo pido por favor	Jaguares	BMG Ariola	53
23	Me pones sexy	Thalía	EMI Music	52
24	Beso en la boca	Axe Bahía	Discos Musart	52
25	Peligroso pop	Plastilina Mosh	Virgin Music	52

Fuente: Monitoreo semanal, *Marketing Information*.

CUADRO 13. *TOP 10* EN ESPAÑOL
Julio de 2003

Lugar	Canción	Intérprete	Sello
1	Tal vez	Ricky Martin	Columbia
2	Mariposa traicionera	Maná	Warner
3	Ámate y sálvate	La Ley	Warner
4	Perdona	Tiziano Ferro	EMI
5	Me pones sexy	Thalía	EMI
6	Alucinado	Yahir	Warner
7	Todavía	La Factoría	Viva
8	Que me quedes tú	Shakira	Columbia
9	Puedes contar conmigo	La Oreja de Van Gogh	Columbia
10	Amor real	Sin Bandera	EPIC

Fuente: *Notas para ti*, 14 de julio de 2003, p. 8.

104.9), XHPOP FM (Digital 99), XEX FM (101. 7, VOX FM), XERC FM (Estéreo 97.7) y XEJP FM (Estéreo Joya). El número de ejecuciones corresponde, por lo tanto, a la cantidad de veces que cada canción fue “tocada” en ese bloque de cinco emisoras durante el periodo en que se efectuó el monitoreo.

Como puede observarse en estos cuadros, las diez canciones que la revista *Notas para ti* incluye en la lista de más populares están entre las más “tocadas” por la radio, según el monitoreo de Marketing Information. Llama la atención que las dos primeras ocupan exactamente la misma posición en ambas listas. El resto se ubican en lugares no coincidentes dentro de las dos mediciones, pero en todo caso no invalidan la afirmación de que la ejecución en radio es fundamental para el éxito comercial de un producto musical. Se trata, por supuesto, de una tendencia general que admite excepciones. Como dice un ejecutivo de la industria discográfica:

> La frase ‘repetición es éxito’ no siempre es cierta. Se supone que mientras más presencia tenga una canción (en la radio) más auditorio la va a escuchar, pero eso no garantiza que sea un éxito. Ha pasado en varias ocasiones que un éxito de radio no es éxito económico. Sin embargo, pienso que la radio es un extraordinario elemento de exposición del producto, pero la respuesta está en el público.[32]

En efecto, ha llegado a ocurrir que un cantante o grupo que cuenta con gran apoyo radiofónico para lanzar comercialmente sus productos musicales no llega a suscitar interés en el público. En contrapartida, puede ocurrir que un intérprete musical tenga una presencia radiofónica muy pobre y, sin embargo, sea un excelente vendedor de discos. En 1985, aprovechando el éxito de la telenovela *Angélica*, la empresa Televisa lanzó como cantante a la protagonista de esa serie, Erika Buenfil, cuyas facultades para la música eran, evidentemente, nulas. A pesar de que las dos canciones mediante las cuales se le quiso posicionar en el mercado musical –una de ellas la canción tema de la telenovela— fueron profusamente difundidos en la radio y Buenfil apareció en programas de televisión interpretando esos números musicales, su lanzamiento como cantante resultó un fracaso. En contraste, Oscar Chávez, cuya música prácticamente no se difunde en

[32] Edmundo Ortiz Ibarra, *op.cit.*, p. 20

la radio comercial tiene una considerable presencia discográfica y reconocimiento a su trabajo entre un sector importante de personas; ha editado 90 discos –incluidos álbumes y recopilaciones-- en el lapso de aproximadamente treinta años, tiempo en el cual consolidó una importante carrera musical.

La repetición constante de canciones en la radio o la televisión no es, por lo tanto, el único factor que puede hacer que un cantante o un grupo logre ocupar lugares destacados dentro del ámbito de la música popular comercial –en ello intervienen factores como los que se expusieron en el Capítulo I de este trabajo--, sin embargo no hay duda de que la difusión es un elemento que puede ayudar de manera considerable a lograr tal objetivo.

Un elemento importante a destacar es que a diferencia de lo ocurrido en las décadas de los cuarenta, los cincuenta y aun los sesenta del siglo XX, épocas en que, como hemos visto, la conformación de las listas de popularidad era resultado de un proceso donde intervenían factores diversos --por ejemplo la ejecución en sinfonolas, adquisición de música impresa y compra de discos, además de las ejecuciones en radio--, a partir de los años ochenta es el último de estos condicionantes, junto con la adquisición de discos, el instrumento que se utiliza primordialmente para elaborar las listas de popularidad. Las compañías de discos publican las listas de sus discos más vendidos e incluso entregan a sus intérpretes discos conmemorativos, de *oro* o de *platino*, cuando logran vender un determinado número de copias,[33] y existen, como hemos visto también, empresas especializadas en monitorear cuáles son las canciones con mayor número de ejecuciones en la radio.

3. Seis décadas de música

¿Cuáles son las canciones, los cantantes, grupos, compositores y géneros musicales que en las últimas seis décadas han ocupado los primeros lugares en

---

[33] Hasta 2005, los “discos de oro” se otorgaban por 75 mil copias vendidas, mientras que los de “platino” se concedían por 150 mil. Debido a la disminución en las ventas de discos producidos legalmente, a causa de la “piratería”, las exigencias para obtener esos reconocimientos bajaron considerablemente: a partir de octubre de 2003, el “disco de oro” se concede por 50 mil copias vendidas y el de “platino” por 100 mil. El dato es de *El Universal on line* (www.el-universal.com.mx), consulta realizada el 1 de octubre de 2003.

las listas de popularidad, o sea en lo que podríamos llamar el *Hit Parade* mexicano? En las siguientes páginas se presenta un panorama al respecto en el cual se incluyen las listas de popularidad vigentes a lo largo del periodo 1944–2005. Para la elaboración de este recuento se siguió el siguiente procedimiento:

a) En el caso del periodo 1944-1989, se consultaron las listas de popularidad publicadas en las revistas *Radiolandia*, *Selecciones Musicales*, *Notitas Musicales*, *Canciones Populares*, *Notas Musicales* y *Notas para ti*. En vista de que algunas de estas revistas eran mensuales y otras semanales, se decidió consultar el número correspondiente al día 15 o 14 de cada mes, con el fin de contar con una muestra integrada por listados mensuales. Una vez que se tuvieron 12 listados por año, se procedió a elaborar una tabla de puntuación para determinar cuáles eran las diez canciones que habían obtenido la más alta calificación a lo largo del año. Así, por ejemplo, un primer lugar valía 10 puntos, un segundo lugar nueve, un tercer lugar ocho y así sucesivamente.

b) En el caso del periodo 1990-2005, fue imposible acceder a la colección de la revista *Notas para ti*, que lamentablemente no se encuentra en la Hemeroteca Nacional y de la cual, según se informó al autor de este trabajo, la editorial Notmusa, que produce esa publicación, “no guarda un registro o una colección completa que pueda ser consultada”.[34] Debido a ello se procedió a localizar listas de popularidad en diversas publicaciones; de esa forma pudieron encontrarse las correspondientes a 1994, 1996, 1997, 1998, 2003 y 2004 en diarios como *El Universal* y *Reforma*, la revista *El Universo de la radio*, editada por la Asociación de Radiodifusores del Valle de México, y algunas páginas de internet. A pesar de que en este periodo no fue posible incluir las listas de popularidad musicales año por año, la muestra que se presenta logra dar una idea clara del tipo de música

[34] Durante el periodo agosto-noviembre de 2003, el autor de este trabajo se comunicó en varias ocasiones vía telefónica con el señor Carlos Cambiazzo, director adjunto de *Notas para ti*, editada por la empresa Notmusa, con el fin de solicitar acceso al archivo de la revista. Sin embargo, luego de varios ofrecimientos de investigar dónde se localizaba la colección de ejemplares correspondiente a la década de los noventa, el señor Cambiazzo informó que, agotados los recursos de indagación, había llegado a la conclusión de que “no se cuenta con esa documentación, ni en las oficinas de la revista ni en la editorial”.

que se difundía en la radio de la Ciudad de México y de los grupos o cantantes que la interpretaban.

Una gran cantidad de las canciones que han quedado registradas en las listas de éxitos como las más destacadas en cada año, constituyen verdaderos clásicos de la música popular en México en géneros como el bolero, la música ranchera o los ritmos afroantillanos, otras poseen, quizá, una calidad musical discutible, pero su presencia en esas listas es un testimonio del camino que ha tomado en diversos momentos la producción discográfica y la difusión musical a través de la radio. En todo caso, independientemente de su calidad, la gran mayoría de esas canciones forman parte de la memoria colectiva de la sociedad mexicana: son canciones que una gran cantidad de personas recuerda, hayan sido de su agrado o no.

Aunque se ha colocado el acento en las listas de popularidad relativas a canciones en español, se incluyen dentro de este recuento piezas musicales en inglés, principalmente de los géneros rock y *pop*, ambos preferidos por un sector importante de radioescuchas de la Ciudad de México a partir de los años sesenta del siglo XX. Con ambos tipos de listados se obtiene una panorámica de las canciones difundidas por la radio de México DF en los últimos sesenta años.

3.1. *Los años cuarenta: boleros, rancheras,* fox

La década de los cuarenta en el siglo XX marca la consolidación del bolero como género musical favorito en la Ciudad de México. Los cuadros del 13 al 18 muestran claramente que la mayor parte de los *hits* musicales en esa década corresponden a tal género. La música "ranchera" tiene también presencia significativa, aunque no tan abundante, en las listas de popularidad con intérpretes muy importantes como Jorge Negrete, Luis Pérez Meza y Lucha Reyes, que en 1944, el año de su muerte, colocó tres de sus principales éxitos: "Canción mexicana", "El herradero" y "La tequilera".

También puede notarse la presencia de géneros provenientes de Estados Unidos, pero interpretados al estilo mexicano, a través de canciones ya "clásicas" en el repertorio de música popular urbana, como el *fox*, tocado a ritmo lento (*slow*

fox) y el blues (blues “blanco”). En ese caso están números musicales como “Dos almas”, de Miguel Prado; “Un gran amor”, de Gonzalo Curiel; “De corazón a corazón”, de Gabriel Ruiz; y dos grandes éxitos de Luis Arcaraz: “Bonita” y “Viajera”.

Pero no hay duda de que el bolero fue el género que más aportaciones hizo a la historia musical de esa década con intérpretes tan notables como Fernando Fernández, Salvador García, María Luisa Landín, las Hermanas Águila, Pedro Vargas, Néstor Mesta Chaires o Ana María González, que pusieron voz a la producción musical de compositores igualmente notables: Consuelo Velázquez, Alberto Domínguez, Agustín Lara, Juan Bruno Tarraza, Chucho Rodríguez y Gonzalo Curiel.

Algunos acontecimientos interesantes, por anecdóticos, dentro de esta década fueron el ingreso en 1949 a las listas de popularidad de Pedro Infante (quien habría de ser gran figura de la canción en la década siguiente) con la célebre “Amorcito corazón”, además de “El gavilán pollero“ y “Cien años”; de María Victoria, en 1950, con “Soy feliz”; de Dámaso Pérez Prado, también en 1950, con “Qué rico mambo”; y de Beny Moré, el mismo año, con “La múcura”. Un debut igualmente recordable es el de *Los Panchos* que en 1949 colocaron “Sin ti”, de Pepe Guízar, e inauguraron lo que en la década siguiente habría de ser un fenómeno musical: el trío urbano intérprete de boleros.

CUADRO 14. LISTA DE POPULARIDAD
(1944)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Hoja seca	Roque Carbajo	Salvador García	Mexicana	Bolero
2. Toda una vida	Oswaldo Farrés	Julio Flores	Cubana	Bolero
3. Amar y vivir	Consuelo Velásquez	Fernando Fernández	Mexicana	Bolero
4. Canción mexicana		Lucha Reyes	Mexicana	Ranchera
5. Vive como quieras	Antonio Núñez	Aurora Núñez	Mexicana	Bolero
6. Noche	Gabriel Ruiz y Ricardo López Méndez	María Luisa Landín	Mexicana	Slow fox
7. Cartas marcadas	Chucho Monge	Varios	Mexicana	Ranchera
8. Dos almas	Miguel Prado (M) Ernesto Cortázar (L)	Varios	Mexicana	Slow fox
9. El herradero	Pedro Galindo	Lucha Reyes	Mexicana	Ranchera
10. Conozco a los dos	Pablo Valdés Hernández	Varios	Mexicana	Bolero
10.A. La tequilera	Alfredo D'Órsay	Lucha Reyes	Mexicana	Ranchero

Fuente: *Radiolandia*, 1944, columnas "Ultimas novedades en discos Víctor", "Ultimos éxitos en discos Peerles" y "Noticiero Pham" (Promotora Hispano Americana de Música), aparecidas el curso de ese año. La columna tres se refiere al intérprete principal de la canción y la cuatro a la nacionalidad de ésta.

CUADRO 15. LISTA DE POPULARIDAD
(1945)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Hilos de plata	Alberto Domínguez	Hermanas Águila	Mexicana	Bolero
2. Palabras de mujer	Agustín Lara	Pedro Vargas*	Mexicana	Bolero
3. Como el besar	Juan Bruno Tarraza	Varios	Cubano-mexicana	Bolero
4. Por qué eres así	Teddy Fregoso	Varios	n.d	Bolero
5. Pelea de gallos	Juan S. Garrido	Varios	Mexicana	Ranchero
6. Noche azul	Agustín Lara	Varios	Mexicana	Bolero
7. Cuando quiere un mexicano	Manuel Esperón	Jorge Negrete	Mexicana	Bolero
8. Un gran amor	Gonzalo Curiel	Varios	Mexicana	Slow Fox
9. Somos diferentes	Pablo Beltrán Ruiz	Néstor Mesta Chaires**	Mexicana	Bolero
10. Volvamos a empezar	Miguel Angel Valladares	Varios	Mexicana	Bolero

Fuente: *Radiolandia* 1945, columnas "Lista de repertorio Pham de mayor venta", aparecidas en el curso de ese año.
* Esta canción fue grabada originalmente por Fernando Fernández y por Toña la Negra, pero luego de que Agustín Lara se vio precisado a cambiar la letra por presiones de grupos conservadores fue grabada también por Pedro Vargas cuya versión resultó la más exitosa.
** La cancionista Martha Triana grabó originalmente este bolero, sin embargo fue Néstor Mesta Chaires quien lo convirtió en éxito nacional e internacional.

CUADRO 16. LISTA DE POPULARIDAD (1946)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Ahora y siempre	José de Jesús Morales	Varios	Mexicana	Bolero
2. Humo en los ojos	Agustín Lara	Varios	Mexicana	Bolero
3. Traicionera	Gonzalo Curiel	Fernando Fernández	Mexicana	Bolero
4. Triste pensamiento	Chucho Rodríguez	Varios	Mexicana	Bolero
5. Juntos	Alberto Domínguez	Varios	Mexicana	Bolero
6. La barca de oro	Dominio público. Arreglo de Luis Pérez Meza	Luis Pérez Meza	Mexicana	Ranchero
7. De corazón a corazón	Música: Gabriel Ruiz Letra: Ricardo López Méndez	Varios	Mexicana	Slow fox
8. Esta noche ha pasado	Manuel Sabre Marroquín	Varios	Mexicana	Bolero
9. Lágrimas de sangre	Agustín Lara	Varios	Mexicana	Bolero
10. Nochecita	Víctor Huesca	Manuel “Negro” Peregrino	Mexicano	Bolero
10 A. La raspa	Dominio público Arreglo Nacho García	Varios	Mexicana	Ranchero

Fuente: *Radiolandia* 1946, columnas “Lo que más se toca actualmente en radio”, aparecidas en el curso de ese año.

CUADRO 17. LISTA DE POPULARIDAD (1948)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Verdad amarga	Consuelo Velázquez	Varios	Mexicana	Bolero
2. Por qué has tardado tanto	Carlos Gómez Barrera	Varios	Mexicana	Bolero
3. Rondalla	Alfonso Esparza Oteo	Varios	Mexicana	Ranchero
4. Madrid	Agustín Lara	Ana María González	Mexicana	Chotis
5. Me acuerdo de tí	Gonzalo Curiel	Varios	Mexicana	Bolero
6. Hasta cuándo, mi vida	Chucho Rodríguez	Varios	Mexicana	Bolero
7.Convencida	Abel Domínguez	Varios	Mexicana	Bolero
8. Dos gardenias	Isolina Carrillo	Varios	Mexicana	Bolero
9. Arrullo de mar	Salvador Rangel	Varios	Mexicana	Bolero
10. Un poquito de tu amor	Julio Gutiérrez	Varios	Mexicana	Bolero son

Fuente: Elaborado con datos de *Musicosas*, México, ed. Costa-Amic, 1962.

CUADRO 18. LISTA DE POPULARIDAD
(1949)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Sin ti	Pepe Guízar	Los Panchos	Mexicana	Bolero
2. Bonita	Luis Arcaraz	Luis Arcaraz y orquesta	Mexicana	Blues
3. La rondalla	Alfonso Esparza Oteo	Varios	Mexicana	Ranchero
4. Amorcito Corazón	Manuel Esperón	Pedro Infante	Mexicana	Bolero
5. Tú, sólo tú	Felipe Valdés Leal	Varios*	Mexicana	Ranchero
6. Malos pensamientos	Alberto Domínguez	-- María Luisa Landín -- Chelo Silva	Mexicana	Bolero
7. Mi corazón abrió la puerta	Gabriel Ruiz	Varios	Mexicana	Bolero
8. Falsos juramentos	Carlos Gómez Barrera	Pedro Vargas	Mexicana	Bolero
9. Verdad Amarga	Consuelo Velásquez	Varios	Mexicana	Bolero
10. El abandonado	Dominio público	Varios	Mexicana	Ranchero

Fuente: Elaborado con datos de *Musicosas*, México, ed. Costa-Amic, 1962.
 * Aunque originalmente “ranchera”, esta canción tuvo varios versiones, incluso algunas que se alejaron del género en que fue escrita. Destacan las versiones de Pedro Infante, con mariachi, y la de Beny Moré, con arreglo de guaracha.

CUADRO 19. LISTA DE POPULARIDAD
(1950)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Pobre Corazón	Chucho Monge	Pedro Infante	Mexicana	Bolero
2. Viajera	Luis Arcaraz	Luis Arcaraz y orquesta	Mexicana	Blues
3. Tú sólo tú	Felipe Valdés Leal	Ver nota en el cuadro 17	Mexicana	Ranchera
4. Quinto patio	Luis Arcaraz	Luis Arcaraz y orquesta	Mexicana	Bolero
5. Qué rico mambo	Dámaso Pérez Prado	Pérez Prado y orquesta	Mexicana-cubana	Mambo
6. Soy feliz	Juen Bruno Tarraza	María Victoria	Mexicana	Bolero
7. La múcura	Antonio Fuentes	Beny Moré	Colombiana	Porro
8. Yo	José Alfredo Jiménez	Andrés Huesca y sus costeños	Mexicana	Ranchera
9. El gavilán pollero	Ventura Romero	Pedro Infante	Mexicana	Ranchera
10. Cien años	Manuel Esperón	Pedro Infante	Mexicana	Bolero

Fuente: Elaborado con datos de *Musicosas*, México, ed. Costa-Amic, 1962.

3.2. *Los cincuenta: Pedro y José Alfredo*

Durante el periodo 1951–1960 continuó el predominio del bolero como el género más escuchado. Varios intérpretes que en la década anterior llevaron el género a su punto culminante continuaron vigentes; sin embargo, lo más significativo de esta década en el ámbito del bolero fue la proliferación de tríos urbanos que dieron a ese tipo de música un estilo peculiar: *Los Tres Ases*, *Los Panchos*, *Los Dandys*, *Los Tecolines*, *Los Tres Diam*antes y *Los Tres Caballeros*, entre otros. También destacan boleristas latinoamericanos que tuvieron éxito en la radio y la industria discográfica mexicanas como el chileno Lucho Gatica y el boliviano Raúl Shaw Moreno. El éxito del bolero fue tal que dos cantantes mexicanos identificados con la música ranchera o con acompañamiento de mariachi, como Pedro infante y Javier Solís, también incursionan en el bolero y dieron origen a un híbrido musical de gran éxito en esta década y en la siguiente: el bolero con acompañamiento de mariachi, el “bolero ranchero”. Se considera a Infante como el iniciador del género con “Pobre Corazón” y “Cien Años”, y a Javier Solís, ya en los años sesenta, como el intérprete que lo llevó a su expresión más fina.

Asimismo, jóvenes compositores mexicanos de boleros, como Vicente Garrido, Roberto Cantoral y Alvaro Carrillo, inician su trabajo en esta década y revitalizan el género. A ellos se suman compositores cubanos como César Portillo de la Luz, José Antonio Méndez y Frank Domínguez que fortalecen el predominio del bolero. El aporte de estos compositores cubanos es el llamado “bolero *feelin*”' que se distingue por incluir armonías de jazz en las interpretaciones de este género.

Por su parte, la canción ranchera se ve fortalecida gracias a la presencia de cantantes como Miguel Aceves Mejía, Lola Beltrán y, desde luego, Pedro Infante. Pero también se ve revitalizada por la obra musical de compositores tan destacados como Rubén Méndez, Rubén Fuentes, Cuco Sánchez y, sobre todo, José Alfredo Jiménez.

Los casos de Pedro y de José Alfredo son impresionantes. Como puede apreciarse en los cuadros correspondientes, Infante logró colocar 17 canciones en

los primeros diez lugares de las listas de popularidad anuales entre 1949 y 1956, en tanto que Jiménez colocó 10 *hits* en el *top ten* anual de 1950 a 1959.

En los años cincuenta, al igual que en la década anterior, los géneros estadounidenses, mantienen presencia en el gusto del público mexicano. Tres canciones originarias de ese país (“Candilejas”, “Bailando el Charleston” y “La Plaga”, esta última en la interpretación de un grupo mexicano de rock, *Los Teen Tops*) ocupan un lugar en las listas anuales de popularidad, aunque es importante mencionar que algunas canciones ubicadas dentro del género *rock and roll* estuvieron presentes en listas de popularidad semanales o mensuales, pero no lograron acumular la suficiente puntuación como para alcanzar un lugar en el *top ten* anual. Es el caso de la célebre *Rock around the clock*, interpretada por *Bill Haley y sus Cometas*, que se mantuvo en las listas mexicanas durante febrero y marzo de 1957 (aunque había sido éxito en el *Hit Parade* estadounidense un año antes).

Otro rasgo distintivo de esta década es que se incrementa la presencia de ritmos cubanos. A esto contribuye el hecho de que un nuevo ritmo proveniente de la isla penetra al país y tiene gran éxito discográfico y radiofónico: el chachachá.

También otros ritmos latinoamericanos empiezan a aparecer en las listas de popularidad mexicanas; es el caso, por ejemplo, del porro y el merecumbé, ambos de Colombia. De igual forma, llegan al país e ingresan a las listas de popularidad canciones europeas. Además de las españolas, habitualmente presentes en la radio mexicana, se difunden canciones de Francia e Italia.

Un acontecimiento que merece destacarse es que, al final de la década, aparecen en las listas dos canciones pertenecientes al género *rock and roll*, el cual dominaría el panorama musical de la capital mexicana a principios de los años sesenta: “La plaga”, interpretada por *Los Teen Tops*, y “La hiedra venenosa”, por *Los Rebeldes del Rock*.

No es exagerado afirmar que en los años cuarenta y cincuenta del siglo XX se generó gran parte del repertorio de música popular que habría de nutrir a la industria discográfica y radiofónica en los años siguientes. Muchas de las

canciones creadas en esas década, especialmente los boleros, pero también las rancheras, serían recuperadas y grabadas por intérpretes nuevos a partir del segundo lustro de los setenta y en las dos décadas siguientes. En los últimos 25 años del siglo XX, como puede observarse en las listas de popularidad correspondientes en este mismo capítulo, una gran cantidad de intérpretes y directores artísticos de empresas discográficas decidieron ir a lo seguro y grabaron éxitos musicales de los cuarenta y los cincuenta, todos ellos integrados ya a la memoria colectiva de la población.

CUADRO 20. LISTA DE POPULARIDAD (1951)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Usted	Gabriel Ruiz	Los Tres Diamantes	Mexicana	Bolero
2. Llévame	Gonzalo Curiel	Elvira Ríos	Mexicana	Bolero
3. Pecado	Francini, Pontier y Bahr	Varios	Argentina	Tango
4. Ella	José Alfredo Jiménez	Varios	Mexicana	Ranchero
5. Condición	Gabriel Ruiz	Varios	Mexicana	Bolero
6. La que se fue	José Alfredo Jiménez	Pedro Infante	Mexicana	Ranchero
7. Tu castigo	Ventura Romero	-- Lola Beltrán -- Pedro Infante	Mexicana	Ranchero
8. Bolero	Paul Durand*	Paul Durand	Francesa	**
9. El fronterizo	Cuates Castilla	Los Cuates Castilla	Mexicana	Ranchero
10. Carta a Eufemia	Rubén Méndez y Rubén Fuentes	Pedro Infante	Mexicana	Ranchero

Fuente: Elaborado con datos de *Musicosas*, México, ed. Costa-Amic, 1962.
* Esta canción está basada en un arreglo “ligero” al Bolero de Ravel. El arreglo fue de Paul Durand y la letra de Henri Contet.
** Inclasificable

CUADRO 21. LISTA DE POPULARIDAD (1952)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Pénjamo	Rubén Méndez	Pedro Infante	Mexicana	Ranchero
2. Nube gris	Eduardo Márquez Talledo	Pedro Infante	Peruana	Vals
3. Amor qué malo eres	Luis Marquetti	-- Lucho Gatica -- Pedro Vargas	Cubana	Bolero
4. Las coronelas	Bonifacio Collado	Varios	Mexicana	Ranchero
5. Peso sobre peso	Chava Flores	Varios	Mexicana	*
6. El plebeyo	Felipe Pinglo Alva	-- Pedro Infante -- Fernando Fernández	Peruana	Vals
7. Carta a Eufemia	Rubén Méndez y Rubén Fuentes	Pedro Infante	Mexicana	Ranchero
8. Mi cafetal	C. Fuentes y Crescencio Salcedo	Hermanas Navarro	Colombiana	Porro
9. La interesada	Chava Flores	Varios	Mexicana	*
10. Dónde está mi saxofón	Fernando Rosas	n.d.**	Mexicana	n.d.**

Fuente: Elaborado con datos de *Musicosas*, México, ed. Costa-Amic, 1962.
* Inclasificable
** No disponible

CUADRO 22. LISTA DE POPULARIDAD (1953)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Piel canela	Bobby Capó	-- Bobby Capó -- Pedro Vargas -- Lucho Gatica	Puertorriqueña	Bolero chá
2. Tu recuerdo y yo	José Alfredo Jiménez	Varios	Mexicana	Ranchero
3. El jinete	José Alfredo Jiménez	Varios	Mexicana	Ranchero
4. Ruega por nosotros	Alberto Cervantes y Rubén Fuentes	Miguel Aceves Mejía	Mexicana	Ranchero
5. Candilejas	Cahrles Chaplin	Varios	Estadunidense	Canción
6. Cerezo Rosa	Leonardi	Pérez Prado y orquesta	Francesa	Arreglo en mambo
7. Tienes que pagar	Alberto Cervantes y Rubén Fuentes	Pedro Infante	Mexicana	Ranchero
8. Ni por favor	Alberto Cervantes y Rubén Fuentes	Pedro Infante	Mexicana	Ranchero
9. Bonito y sabroso	Beny Moré	Beny Moré	Cubana	Mambo
10. Vaya con Dios	Maldonado, Gamboa y Rusell	n.d.*	Mexicana	Vals

Fuente: Elaborado con datos de *Musicosas*, México, ed. Costa-Amic, 1962.
* No disponible

CUADRO 23. LISTA DE POPULARIDAD (1954)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Cien años	Alberto Cervantes y Rubén Fuentes	Pedro Infante	Mexicana	Bolero ranchero
2. Contigo a la distancia	César Portillo de la luz	-- César Portillo de la luz -- Pedro Infante -- Lucho Gatica	Cubana	Bolero
3. Ruega por nosotros	Alberto Cervantes y Rubén Fuentes	Miguel Aceves Mejía	Mexicana	Ranchera
4. Camino de Guanajuato	José Alfredo Jiménez	Varios	Mexicana	Ranchera
5. Espinita	Ñico Jiménez	Ana María González	Cubana	Bolero son
6. La engañadora	Enrique Jorrín	Enrique Jorrín y orquesta	Cubana	Chachachá
7. Quién será	Pablo Beltrán Ruiz	Varios	Mexicana	Bolero son
8. Gorrioncillo pecho amarillo	Tomás Méndez	-- Lola Beltrán -- Pedro Infante		Ranchero
9. Bailando el charleston	F. Raymond	Varios	Estadunidense	Charleston
10. Doce cascabeles	Ricardo Freire	Los Churumbeles	Española	Pasodoble

Fuente: Elaborado con datos de *Musicosas*, México, ed. Costa-Amic, 1962.

CUADRO 24. LISTA DE POPULARIDAD (1955)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Mi último fracaso	Alfredo Gil	Los Panchos	Mexicana	Bolero
2. Llegaste tarde	Wello Rivas	Varios	Mexicana	Bolero
3. La del rebozo blanco	R. Cárdenas y Rubén Fuentes	Varios	Mexicana	Ranchero
4. Mil besos	Emma Elena Valdelamar	María Victoria	Mexicana	Bolero
5. Un mundo raro	José Alfredo Jiménez	Varios	Mexicana	Bolero ranchero
6. A los cuatro vientos	Tomás Méndez	Varios	Mexicana	Ranchero
7. Dime de quién es tu corazón	José de Jesús Morales	Varios	Mexicana	Ranchero
8. Rogaciano (el huapanguero)	Valeriano Trejo	Miguel Aceves Mejía	Mexicana	Huapango
9. Grito prisionero	Gabriel Ruiz y Gabriel Luna de la Fuente	Pedro Infante	Mexicana	Bolero ranchero
10. Segundas partes	Vicente Garrido	Varios	Mexicana	Bolero

Fuente: Elaborado con datos de *Musicosas*, México, ed. Costa-Amic, 1962.

CUADRO 25. LISTA DE POPULARIDAD (1956)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. No me platiques	Vicente Garrido	-- Lucho Gatica -- Los tres ases -- Pedro Infante	Mexicana	Bolero
2. Que seas feliz	Consuelo Velásquez	Varios	Mexicana	Bolero
3. Gritenme piedras del campo	Cuco Sánchez	Varios	Mexicana	Ranchero
4. Historia de un amor	Carlos Almarán	Varios	Mexicana	Ranchero
5. Échenme la tierra encima	Rodolfo de la Garza	Pedro Infante	Mexicana	Ranchero
6. Alma de acero	José Alfredo Jiménez	Varios	Mexicana	Ranchero
7. Amor mío	Alvaro Carrillo	Lucho Gatica	Mexicana	Bolero
8. Angustia	Orlando Brito	Sonora Matancera (Bienvenido Granda)	Cubana	Bolero
9. Vanidad	Armando González Malibrán	Genaro Salinas	Chilena	Bolero
10. Estoy perdido	Victor Manuel Mato	Los Tres Ases	Mexicana	Bolero

Fuente: Elaborado con datos de *Musicosas*, México, ed. Costa-Amic, 1962.

CUADRO 26. LISTA DE POPULARIDAD (1957)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. El reloj	Roberto Cantoral	Los tres caballeros	Mexicana	Bolero
2. Ay, cosita linda	Francisco Galán	Varios	Colombiana	Merecumbé
3. Tú me acostumbraste	Frank Domínguez	Olga Guillot	Cubana	Bolero
4. Te me olvidas	Vicente Garrido	Varios	Mexicana	Bolero
5. En la orilla del mar	José Berroa	Sonora Matancera (Bienvenido Granda)	Cubana	Bolero
6. Espérame en el cielo	Paquito López	Varios	Mexicana	Bolero
7. La cama de piedra	Cuco Sánchez	Cuco Sánchez	Mexicana	Ranchera
8. La barca	Roberto Cantoral	Los tres caballeros	Mexicana	Bolero
9. Marcelino, pan y vino	Savana, Fiacobelti y Barzizza	Varios	Italiana	Canción
10. La pastora	Alfredo D'Angelis y José Rótulo	Tony Camargo	Argentina	Tango*

Fuente: Elaborado con datos de *Musicosas*, México, ed. Costa-Amic, 1962.
* Originalmente esta canción fue un tango de gran éxito en Argentina. En México, Tony Camargo lo interpretó en un arreglo de guaracha con el que obtuvo uno de sus máximos *hits*.

CUADRO 27. LISTA DE POPULARIDAD (1958)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Sabrás que te quiero	Teddy Fregoso	Raúl Shaw Moreno	Mexicana	Bolero
2. Regálame esta noche	Roberto Cantoral	Los Tres caballeros	Mexicana	Bolero
3. Rumbo perdido	Mario Alvarez	Varios	Argentina	Tango
4. Échame a mí la culpa	José Angel Espinoza	Varios	Mexicana	Ranchera
5. Fascinación	D. Marchetti	Varios	Francesa	Vals
6. Corazón de melón	Carlos Rigual	Hermanos Rigual	Cubana	Chachachá
7. Todo y nada	Vicente Garrido	Varios	Mexicana	Bolero
8. Cuando tú me quieras	Mario Barrios y Raúl Shaw Moreno	Raúl Shaw Moreno	Boliviana	Bolero
9. Lágrimas de amor	Raúl Shaw Moreno	Raúl Shaw Moreno	Boliviana	Bolero
10. Azul pintado de azul	Domenico Modugno	Varios	Italiana	Canción

Fuente: Elaborado con datos de *Musicosas*, México, ed. Costa-Amic, 1962.

CUADRO 28. LISTA DE POPULARIDAD (1959)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. La margarita	Mariano Mercerón	Mariano Mercerón y orquesta	Cubana	Danzón-chachachá
2. Bala perdida	Tomás Méndez	Lola Beltrán	Mexicana	Ranchera
3. Me extraña	Luis Martínez Serrano	Varios	Mexicana	Bolero
4. Nuestro juramento	Benito de Jesús	Julio Jaramillo	Puertorriqueña	Bolero
5. Jacaranda	Enrique Fabregat y Mario Molina Montes	Los Panchos	Mexicana	Bolero
6. Lágrimas del alma	Benny Villaseñor	Varios	Mexicana	Bolero
7. Qué bonito amor	José Alfredo Jiménez	Varios	Mexicana	Ranchera
8. Decídete	Ramón Inclán	Los Dandys	Mexicana	Bolero
9. Un telegrama	Hermanos García Segura	Monna Bell	Española	Canción
10. Gema	Güicho Cisneros	Los Dandys	Mexicana	Bolero

Fuente: Elaborado con datos de *Musicosas*, México, ed. Costa-Amic, 1962.

CUADRO 29. LISTA DE POPULARIDAD (1960)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Sabor a mí	Alvaro Carrillo	Varios	Mexicana	Bolero
2. Limosnero de amor	Alberto Videz	-- Javier Solís -- Alberto Beltrán	Mexicana	Bolero
3. Bésame y olvídame	Beatriz Jiménez	Javier Solís	Mexicana	Bolero
4. La Boa	Carlos Reyes (Carlos Lico)	Sonora Santanera	Mexicana	Chachachá
5. Adiós	Alfredo Carrasco	Los Tecolines	Mexicana	Bolero
6. No pidas más perdón	Hernández y Márquez	Varios	Mexicana	Chachachá
7. Ayúdame Dios mío	Mario de Jesús	Maria Elena Sandoval	Dominicana	Bolero
8. Canción de Orfeo	Luis Bonfá y Antonio Martínez	Los tres diamantes	Cubana	Bolero
9. La plaga	Marascalgo y Blackwell	Los Teen tops	Estadunidense	Rock and roll
10. La Hiedra venenosa	Leiber y Stoler (Francisco Domínguez)	Los Rebeldes del Rock	Estadunidense	Rock and Roll
10 A. El aguijón	Ignacio Jaime	Varios	Mexicana	Ranchera

Fuente: Elaborado con datos de *Musicosas*, México, ed. Costa-Amic, 1962.

CUADRO 30. CANCIONES EN INGLÉS PROGRAMADAS EN LA RADIO DEL DF (1960)

Canción	Intérprete		
1. High hopes	Frank Sinatra	11. It's now or never (O sole mio)	Elvis Presley
2. It's time to cry	Paul Anka	12. Put tour head of my shoulder	Paul Anka
3.Pillow talk	Rock Hudson	13. Melody of love (Melodie D'amour)	Paul Anka
4. Beyond the sea	Bobby Darin	14. Adan and Eve	Paul Anka
5. Running Bear	Johnny Preston	15. Itsy bitsy teenie weenie polka dot bikini	Brian Hyland
6. Oh, Carol!	Neil Sedaka	16. Secret love	Johnny Mathis
7. Why	Frankie Avalon	17. Poly Poly	Doris Day
8. Puppy love	Paul Anka	18. Be bop a lula	Everly Brothers
9. The battle of Jerico	Jimmy Rodgers	19. Tuxedo Junction	Paul Anka
10. I'm sorry	Brenda Lee	20. Autum leaves	Nat King Cole

El orden en que aparecen las canciones no corresponde a su lugar en algún índice de popularidad. Se trata solamente de un listado con algunas de las canciones programadas en las emisoras especializadas en difundir música en inglés durante ese año

3.3. *Los sesenta: rock,* a go go *y baladas*

En los años sesenta la presencia en México de música originada en Estados Unidos crece rápida y drásticamente. Es la época del *rock and roll*, del rock, del *twist* y del conjunto de ritmos conocido como "a go go" (*yerk*, *mashed potatos*, *freddy*, *yenka* y varios más); es también la época de los baladistas creados a imagen y semejanza de los cantantes juveniles de Estados Unidos.

La presencia de música estadounidense en la industria discográfica y en la radio aumenta ostensiblemente por dos razones fundamentales: a) para el mercado musical juvenil se producen *covers* (llamados en México "refritos" o "fusiles"), es decir adaptaciones al español de canciones tomadas del *Hit Parade* de ese país con el fin de que las interpreten cantantes y músicos mexicanos; b) México y en general América Latina son considerados un mercado muy atractivo para las empresas disqueras estadounidenses, de manera que músicos y cantantes de esa nacionalidad realizan grabaciones en español para cubrir al mercado "latino", no sólo en Estados Unidos, sino en los países latinoamericanos.

Algunos grupos y baladistas mexicanos se especializan en hacer "fusiles" de cantantes o grupos específicos. Por ejemplo, César Costa grabó en español éxitos de Paul Anka; *Los Rockin' Devils* las canciones de *Sam the Sham & The Pharaos*, grupo estadounidense liderado por el músico chicano Samuel *Sam* Zamudio; *Los Hitters* basaron su repertorio en éxitos de los ingleses *The Kinks*, así como de *Tommy James & The Shondels*; y *Los Reno*, de Monterrey, hallaron en la música de *The Beatles* una gran veta para hacer versiones en español.

En este contexto, el bolero, género más popular en las dos décadas anteriores, cede ese sitio a los ritmos de procedencia estadounidense, aunque tiene un repunte en el segundo lustro con cantantes como Marco Antonio Muñiz ("El despertar",1966), Carlos Lico ("No" y "Adoro", 1967) y Marco Antonio Vázquez ("Caricia y herida", 1968) y al final de la década José José. Asimismo, compositores como Armando Manzanero, con las canciones interpretadas por Lico, además de "Parece que fue ayer" (1968), interpretada por el propio músico yucateco, contribuyeron a revitalizar el género.

Por su parte, la presencia musical cubana, que ocupaba el segundo lugar dentro de las listas mexicanas de popularidad durante la década anterior, casi desaparece debido a los conflictos provocados en la industria del espectáculo de ese país luego del triunfo de la revolución encabezada por Fidel Castro. Aunque la producción de melodías sigue viva en la isla, Cuba deja de exportar música y músicos; aquellos que siguen trabajando fuera del país se establecen básicamente en Nueva York, Miami y algunos temporalmente en la Ciudad de México, por ejemplo La Sonora Matancera y Celia Cruz, sin embargo la presencia cubana en la industria discográfica y en la programación radiofónica de México disminuye en forma constante, al grado de que el principal *hit* de música cubana en la radio del Distrito Federal durante la década es la guajira “Guantanamera” (1967) interpretada no por músicos de esa nacionalidad, sino por un grupo de vocalistas estadounidenses llamado *The Sandpipers*.

Un acontecimiento musical importante en los años sesenta es la llegada a México, en 1965, de la cumbia, género que casi de inmediato logró capturar la simpatía de un importante sector del público mexicano y que después, en las décadas posteriores, mezclado con diferentes géneros daría lugar a híbridos como la “cumbia-rock” y, sobre todo, la música “grupera”, fusión de cumbia, música de banda y música norteña mexicana. El primer *hit* cumbiero en México fue “La pollera colorá” (1965), con la orquesta de Carmen Rivero; después vendría Mike Laure, primer músico que mezcló la cumbia con otros géneros.

Otro elemento destacable en esta década es el incremento en la radio y en el mercado discográfico mexicanos de música e intérpretes de nacionalidad española, dedicados principalmente a la balada juvenil, como Rocío Dúrcal, Marisol y Raphael, entre otros. Su presencia en las listas de popularidad es claramente perceptible a partir de 1964. Antes de ese año, otra española, Mayté Gaos había colocado *hits* en las listas (“El gran Tomás” y “Susy la coqueta”, ambos *covers* a canciones del *Hit Parade* estadounidense: “Norman” y “Runaround Sue”, respectivamente), pero a diferencia de sus compatriotas mencionados, Mayté vivía en México desde adolescente con su familia, la cual

incluía a su hermana menor *Pili* Gaos quien también tuvo algún éxito como baladista con canciones como “Mi novio esquimal”, igualmente *cover* de un éxito del *hit parade* estadounidense: “My boy lollipop”.

Otro país cuyos cantantes tuvieron notable aceptación en México durante los años sesenta fue Argentina. Leo Dan, *Palito* Ortega, Piero y Leonardo Favio, todos ellos “cantautores”, lograron colocar *hits* en las listas de popularidad mexicanas lo mismo como cantantes que en su actividad de compositores. Leo Dan tuvo su primer éxito musical de la década con “Cómo te extraño” (1964) y el último con “Te he prometido” (1970), pero entre uno y otro la radio del Distrito Federal difundió muchas de sus canciones, algunas de las cuales no lograron estar en los *top ten* anuales, pero sí en los mensuales. *Palito* Ortega se dio a conocer en México primero como compositor a través de los *hits* “Despeinada” (1963), interpretada por *Los Hooligans*, y “Sabor a nada” (1964), por Los Locos del Ritmo.

Debido a que México se convirtió en un excelente mercado discográfico, intérpretes que habitualmente cantaban en idiomas distintos al español hicieron versiones en castellano de sus propios *hits*, o bien interpretaron canciones en español con el objetivo de ingresar al mercado mexicano. Así, Bill Haley colocó en las listas la canción “Florida Twist” (1962); el chicano Trini López grabó “Cuando calienta el sol” (1965), originalmente éxito de *Los Hermanos Rigual*, cubanos radicados en México; el actor y eventual cantante estadounidense Bob Conrad interpretó “Me conformo” (1965), pieza musical que tuvo también una versión por parte de la cantante española Marisol; el grupo *The Sandpipers*, de Estados Unidos, colocó en las listas mexicanas “Guantanamera” (1967), una guajira con versos de José Martí; y otros estadounidenses, el dueto *Rene & Rene*, grabó una curiosa versión cantada alternadamente en español e inglés de la canción “Lo mucho que te quiero” (1969).

Un caso que merece destacarse es el del grupo *Les Surfs*, originario de Madagascar, que grababa en francés, inglés, italiano y español. En México este grupo fue conocido como *Los Pigmeos* debido a que estaba integrado por seis hermanos de apellido Rabaraona (cuatro hombres y dos mujeres), los cuales

medían entre 1.43 y 1.55 metros. El grupo, que tenía su base de operaciones en Francia, desde donde distribuía su material discográfico a todo el mundo, visitó México en 1964 para promover sus dos principales *hits*: “Ahora te puedes marchar” (que el cantante Luis Miguel retomó dos décadas después para hacer un *cover*) y “Tú serás mi baby”, este último *cover* de “Be my baby”, éxito del *Hit Parade* estadounidense por el grupo vocal *The Ronettes*.

La sociedad mexicana, sacudida por el movimiento estudiantil de 1968, se distinguió en esa década por su conservadurismo. No resulta extraño, por eso, que las principales figuras musicales hayan sido tres jóvenes a los que las empresas disqueras otorgaron la encomienda de cantar al amor espiritual y “puro”: Enrique Guzmán, Cesar Costa y Angélica María. Las canciones de estos jóvenes iban dirigidas a los adolescentes “hijos de familia” cuya ética acerca del vínculo amoroso indicaba que éste debía pasar por dos etapas: el noviazgo, donde la relación tenía que ser “pura” y “blanca”, sin contacto sexual, y el matrimonio, donde éste ya era permitido. Las canciones de los baladistas *sesenteros* eran preferentemente para ser oídas durante el noviazgo y de hecho estos cantantes eran una especie de “novios” de la juventud mexicana. De ahí que Angélica María fuera llamada precisamente “la novia de la juventud”, pues encarnaba tal arquetipo, y que Enrique Guzmán, César Costa y los demás baladistas existieran como modernos narcisos, jóvenes hermosos con un ejército de “ninfas” adolescentes enamoradas de ellos y organizadas en clubes de *fans*.

Un aspecto importante dentro de esta década es que, al final de ella, la música ranchera, prácticamente expulsada de los primeros lugares de las listas de popularidad por el *rock and roll* y subgéneros derivados de él, recuperó algunos lugares en el *Hit Parade* mexicano con intérpretes como Lucha Villa, Vicente Fernández y el dueto de las Hermanas Núñez, especializado en el bolero ranchero.

3.3.1. “Fresas” y “alivianados”

En la década de los sesenta ganó enorme peso entre un sector importante de jóvenes en el Distrito Federal la música de rock y *pop* en inglés. Se trataba

principalmente de jóvenes ubicados en las clases medias, con instrucción universitaria y, en general, un grado alto de politización. La tajante división entre “fresas” y “onderos” o “alivianados” que surgió en el segundo lustro de la década tenía una estrecha relación con la música y también con la política y las expectativas vitales: el “fresa” escuchaba a los grupos de rock en español, a los baladistas y era conservador en lo político; el “ondero” oía rock no comercial (o no tan comercial), especialmente inglés o estadounidense, y apoyaba movimientos o posturas políticas “de avanzada”.[35]

Durante los años sesenta, particularmente en el segundo lustro, tres emisoras del Distrito Federal --“Radio Capital”, “Radio Éxitos” y “Radio 590, La Pantera”-- transmitieron una programación basada en *hits* musicales de rock y *pop* en inglés. Estas emisoras constituyeron una frontera generacional con respecto a “Radio 620”, emisora que en la década de los sesenta difundía una programación que combinaba los primeros números de Elvis Presley y Bill Haley llegados a México, junto con temas cantados por los *crooners* sobrevivientes de los cuarenta, como Frank Sinatra, piezas de los baladistas de finales de los cincuenta y principios de los sesenta, entre ellos Paul Anka, Neil Sedaka o Frankie Avalon, además de cantantes “fronterizos” entre una y otra década como Pat Boone, Doris Day y Brenda Lee.

En la tarea de programar ese tipo de música, “Radio 620” había sido acompañada, a finales de los años cincuenta y el principio de los sesenta, por “Radio Éxitos” y “Radio 590”. Sin embargo, en 1963, cuando comenzaron a llegar a México los éxitos musicales de los grupos pertenecientes a la “ola inglesa”, especialmente de *Los Beatles*, “Radio Capital”, lo mismo que “Radio Éxitos” y “Radio 590” armaron sus programaciones con la música de los grupos ingleses y de conjuntos estadounidenses de rock y *pop*.

Poco a poco, a lo largo de la década, “Radio 620” fue quedando a la zaga en cuanto a la presentación de los *hits* del momento y a restringir su programación a la música de los años cuarenta, cincuenta y el inicio de los sesenta. En

[35] Sobre la preferencia de los “jóvenes del 68” por el rock en inglés, véase el comentario de Raúl Jardón, dirigente estudiantil en 1968, incluido en el capítulo II de este trabajo.

consecuencia, su público se concentró paulatinamente en el sector de radioescuchas que dejaba de ser joven e ingresaba a la edad madura. De manera contrastante, las otras emisoras mencionadas nutrían su programación con la música en inglés más novedosa, con los éxitos del momento. Pero no fueron solamente *hits* las canciones que nutrieron la programación de estas emisoras; hacia el final de la década, “Radio Capital” y “Radio 590” difundieron sendos programas con música de rock considerada “no comercial” e incluso “underground”: *Vibraciones* y *Proyección 590*, respectivamente.

Como puede verse en los cuadros correspondientes a la música en inglés difundida por la radio en los años sesenta, la cantidad de intérpretes anglófonos (grupos y cantantes) que pudieron escucharse en el Distrito Federal durante esa década es amplia y variada, si bien se trataba de una oferta basada principalmente en los éxitos del momento que ingresaban al *Hit Parade* estadounidense.

CUADRO 31. LISTA DE POPULARIDAD
(1961)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Agujetas de color de rosa	M. Grant	Los Hooligans	Estadounidense	Rock and roll
2. Nunca en domingo	Manos Hadjidakis	Varios	Griega	Canción
3. Mi pueblo	Paul Anka	César Costa	Estadounidense	Balada
4. Escándalo	Rubén Fuente y R. Cárdenas	Marco Antonio Muñiz	Mexicana	Bolero moruno
5. La historia de mi amor	--	César Costa	Estadounidense	Balada
6. Pólvora	Ralph/Samwell	Los Locos del Ritmo	Estadounidense	Rock and roll
7. Popotitos	Williams	Los Teen Tops	Estadounidense	Rock and roll
8. Chica alborotada	Slay, Crewe y Picariello	Los Locos del Ritmo	Estadouinidense	Rock and roll
9. Presumida	Samwell	Los Teen Tops	Estadounidense	Rock and roll
10. Matilda	--	Los Jockers	--	Calypso

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales* 1961, sección "Canciones que México canta" aparecidas en el curso de ese año.

CUADRO 32. LISTA DE POPULARIDAD
(1962)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Multiplicando	Bobby Darin	Fabricio	Italiana	Twist
2. Speedy González	--	Manolo Muñoz	Estadounidense	Twist
3. La historia de Tommy	Barry y Raleigh	César Costa	Estadounidense	Balada
4. Florida Twist	Bill Halley	Bill Halley*	Estadounidense	Twist
5. Edi, Edi	Campbell y Smith	Angélica María	Estadounidense	Balada
6. El gran Tomás	--	Mayté Gaos	Estadounidense	Balada
7. Susy la coqueta	--	Mayté Gaos	Estadounidense	Balada
8. Payasito	Randazo y Weinst	Enrique Guzmán	Estadounidense	Balada
9. Cuando volverás	--	Paco Cañedo	Estadounidense	Balada
10. Tímida	--	César Costa	Estadounidense	Balada

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales* 1962, sección "Canciones que México canta" aparecidas en el curso de ese año.

CUADRO 33. CANCIONES EN INGLÉS PROGRAMADAS EN LA RADIO DEL DF

(1961)		(1962)	
Canción	**Intérprete**	**Canción**	**Intérprete**
1. Never on sunday	Melina Mercuri	1. Multiplication	Bobby Darin
2. Dreamin'	Johnny Burnette	2. White Christmas	Elvis Presley
3. Again	Pat Boone	3. Let's twist again	Chubby Checker
4. Pepe	Sherley Jones	4. Rock a hula baby	Elvis Presley
5. Surrender (Torna Sorrento)	Elvis Presley	5. Calendar girl	Neil Sedaka
6. The story of my love	Paul anka	6. Voyage to the bottom of the sea	Farnkie Avalon
7. Ramona	Blue Diamonds	7. Runaround Sue (Susy la coqueta)	Dion
8. Are you lonesome tonight	Elvis Presley	8. Love me warm and tender	Paul anka
9. Matilda	Harry Belafonte	9. Can't stop love in you	Ray Charles
10. Tonight my love, tonight	Paul Anka	10. Second hand love	Connie Francis
11.Wheels	Billy Vaughn	11. Ring ring	Connie Francis
12. Wooden Heart	Billy Snyder	12. Johnny get angry	Dodie Stevens
13. Little sister	Elvis Presley	13. Norman (EL gran Tomás)	Sue Thompson
14. Kisses on the phone	Paul Anka	14. Eddie, eddie	Dodie Stevens
15. The twist	Chubby Checker	15. Ginny come lately	Everly Brothers
16. Riders in thes sky (instrumental)	Lawrence Walk	16. *Speedy Gonzalez*	Pat Boone
17. Come September	Bobby Darin	17. All alone am I	Brenda Lee

El orden en que aparecen las canciones no corresponde a su lugar en algún índice de popularidad. Se trata solamente de un listado con algunas de las canciones programadas en las emisoras especializadas en rock y *pop* en inglés durante esos años.

CUADRO 34. LISTA DE POPULARIDAD (1963)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Cosas	Bobby Darin	Oscar Madrigal	Estadounidense	Balada
2. Despeinada	Palito Ortega	Los Holligans	Argentina	Balada
3. Pensaba en tí	--	Enrique Guzmán	Estadounidense	Balada
4. Al di la	--	Emilio Pericolli	Italiana	Balada
5.Rosas rojas	Evans y Byron	Hermanos Carrión	Estadounidense	Balada
6. Corre Sansón, corre	--	Los Rebeldes del Rock	Estadounidense	Rock
7. Amame	--	Varios	Estadounidense	Balada
8. Vayamos juntos	--	Hermanas Jiménez	Estadounidense	Twist
9. Johnny, recuérdame	-	César Costa	Estadounidense	Balada
10. Magia blanca	Marty Robins	Hermanos Carrión	Estadounidense	Balada

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales* 1963, sección "Canciones que México canta" aparecidas en el curso de ese año.

CUADRO 35. LISTA DE POPULARIDAD (1964)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Tijuana	--	Los Persuasivos	Estadunidense	**
2. Las cerezas	--	Hermanos Carrión	Estadunidense	Balada
3. Cómo te extraño	Leo Dan	Leo Dan	Argentina	Balada
4. Dominique	Soeur Sourire	Los Dominique	Francesa	Canción
5. Volver a verte	--	Rocío Dúrcal	Española	Balada
6. Los piropos de mi barrio	--	Rocío Dúrcal	Española	Chotis
7. Trébole	--	Rocío Dúrcal	Española	Flamenco
8. Perdóname mi vida	Gabriel Ruiz	Alberto Vázquez	Mexicana	Bolero
9. Sabor a nada	Palito Ortega (música) Dino Ramos (letra)	Los Locos del Ritmo	Argentina	Balada
10. Tú serás mi baby	--	Los pigmeos (The Surfs)	Estadiunidense	Balada

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales* 1964, sección "Canciones que México canta" aparecidas en el curso de ese año.

CUADRO 36. CANCIONES EN INGLÉS PROGRAMADAS EN LA RADIO DEL DF

(1963)		(1964)	
Canción	**Intérprete**	**Canción**	**Intérprete**
1. She loves you	The Beatles	1. House of the rising sun	The Animals
2. Please please me	The Beatles	2. Hello Dolly	Louis Armstrong
3. I want to hold your hand	The Beatles	3. Downtown	Petula Calrk
4. From me to you	The Beatles	4. All day and all of the night	The Kinks
5. Twist and shout	The Beatles	5. You really got me	The Kinks
6. You wee made for me	Freddie and the Dreamers	6. Do wah diddy diddy	Manfred Man
7. Bad to me	Billy J. Kramer & The Dakotas	7. My boy lollipop	Millie
8. If I had a hammer	Trini Lopez	8. A world without love	Peter & Gordon
9. Blowin' in the wind	Peter, Paul & Mary	9. It's all over now	The Rolling Stones
10. Be my baby	The Ronettes	10. (There's) always something there to remind me	Sandie Shaw
11. Dance on	The Sahdows	11. She's not there	Zombies
12. Gina	Johnny Mathis	12. A hard day's night	The Beatles
13. Walk right in	Root tp singers	13. I feel fine	The Beatles
14.Venus (instrumental)	Santo & Johnny	14. Can't buy me love	The Beatles
15. I will follow him	Little Peggy March		
16. Blue velvet	Bobby Vinton		
17. Devil in desguise	Elvis Presley		

El orden en que aparecen las canciones no corresponde a su lugar en algún índice de popularidad. Se trata solamente de un listado con algunas de las canciones programadas en las emisoras especializadas en rock y *pop* en inglés durante esos años.

CUADRO 37. LISTA DE POPULARIDAD
(1965)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Y la amo	Lennon & Mc Cartney	Santo & Johnny	Inglesa	Balada
2. Crema batida	Herb Alpert	Herb Alpert y Los Tijuana Brass	Estadounidense	-
3. Cuando calienta el sol	Carlos Rigual	Trini López	Cubano-mexicana	Balada
4. Bule bule	Woody/Bobby	Los Rockin' Devils	Estadounidense	Jerk
5. Lanza tus penas al viento	Guaraldi y Weber	Hermanos Carrión	Estadounidense	--
6. Juego de palabras	--	Olivia Molina	Estadounidense	-
7. Vete con ella	--	Mayté Gaos	Estadounidense	Balada
8. Sombras	José Contursi (L) Francisco Lomutp (M)	Javier Solís	Argentina	Tango**
9. Me conformo	Guijarro y Algueró	-- Marisol -- Robert Conrad	Española	Balada
10. La pollera colorá	Wilson Choperena	Orquesta de Carmen Rivero	Colombiana	Cumbia

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales* 1965, sección "Canciones que México canta" aparecidas en el curso de ese año.

CUADRO 38. LISTA DE POPULARIDAD
(1966)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Yo soy aquel	Manuel Alejandro	Raphael	Española	Balada
2. El último beso	Eddie Cochran	Polo	Estadounidense	Rock
3. El gato loco	--	Los Hoologans	Estadounidense	Freddy
4. Un hombre respetable	Ray Davies	Los Hitters	Inglesa	Rock
5. Juanita Banana	T. Howard (L) M. Kenton (M)	Manolo Muñoz	Estadounidense	-
6. Amarrado	Coari y Roig	Los Belmonts	Estadounidense	Rock
7. El despertar	Roth (L) Fuentes (M)	Marco Antonio Muñiz	Mexicana	Bolero
8. Capri, se acabó	--	Hervé Villard	Francesa	Canción
9. Napoleón XIV	--	Luis Vivi Hernández	Estadounidense	
10. Egoísmo	--	Joselito	Española	Canción

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales* 1966, sección "Canciones que México canta" aparecidas en el curso de ese año.

CUADRO 39. CANCIONES EN INGLÉS PROGRAMADAS EN LA RADIO DEL DF

(1965)		(1966)	
Canción	**Intérprete**	**Canción**	**Intérprete**
1. (I can´'t get no) Satisfaccion	The Rolling Stones	1. Good Vibrations	The Beach Boys
2. Get off of my cloud	The Rolling Stones	2. Eleonor Rigby	The Beatles
3. I'll never find another you	The Seekers	3. Gimme some lovin	Spencer Davis Group
4. Day Tripper	The Beatles	4. No milk today	Herman's Hermits
5. Help!	The Beatles	5. Bus stoop	The Hollies
6. Mister Tambourine man	The Byrds	6. Black is black	Los Bravos
7. Like a rolling stone	Bob Dylan	7. Summer in the city	Lovin' Spoonful
8. Tired of waiting for you	The Kinks	8.Monday monday	Mamas & the Papas
9. Hang on Sloopy	Mc Coys	9. The more I see you	Chris Montez
10. Wooly Bully	Sam the Sham & the Pharaos	10. Paint it black	The Rolling Stones
11. Stop In the name of love	The Supremes	11. Strangers in the night	Frank Sinatra
12. For you love	The Yardbirs	12. This boots are made for walking	Nancy SInatra
13. Heart full of soul	The Yardbirs	13. Wild thing	Troggs
14. My generation	The Who	14. Yellow submarine	The Beatles

El orden en que aparecen las canciones no corresponde a su lugar en algún índice de popularidad. Se trata solamente de un listado con algunas de las canciones programadas en las emisoras especializadas en rock y *pop* en inglés durante esos años.

CUADRO 40. LISTA DE POPULARIDAD EN ESPAÑOL (1967)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Adoro	Armando Manzanero	Carlos Lico	Mexicana	Bolero
2. Digan lo que digan	Manuel Alejandro	Raphael	Española	Balada
3. La mentira	Alvaro Carrillo	Pepe Jara	Mexicana	Bolero
4. Sigamos pecando	Benito de Jesús	Hermanas Núñez	Mexicana	Bolero
5. No	Armando Manzanero	Carlos Lico	Mexicana	Bolero
6. Batijugando	--	Sonia López	Mexicana	Guaracha
7. Y es por ti	Edwrads	Los Reno	Estadounidense	Balada rock
8. Georgina	--	Los Rockin' Devils	Estadounidense	Balada
9. Guantanamera	Joselito Fernández	Los Sandpipers	Cubana	Guajira
10. El cable	--	Orquesta de Carmen Rivero	Colombiana	Cumbia

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales*, 1967.

CUADRO 41. LISTA DE POPULARIDAD EN ESPAÑOL (1968)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Rosas en el mar	Massiel	Massiel	Española	Balada
2. La Llorona	Dominio público	Raphael	Mexicana	--
3. 1, 2, 3, detente	--	Roberto Jordán	Estadounidense	Pop rock
4. Parece que fue ayer	Armando Manzanero	Armando Manzanero	Mexicana	Bolero
5. Caricia y herida	--	Marco Antonio Vázquez	Mexicana	Bolero
6. Hazme una señal	--	Roberto Jordán	Estadounidense	Pop rock
7. El amor es triste	Paul Muriat	Paul Muriat y orquesta	Francesa	Balada
8. Mi gran noche	Salvatore Adamo	Raphael	Italiana	Balada
9. Norma la de Guadalajara	Dámaso Pérez Prado	Pérez Prado y orquesta	Mexicana-cubana	Mambo
10. Reconciliación	Acrelio Carrillo	Hermanas Núñez	Mexicana	Bolero-ranchero
10 A. Yo, tú y las rosas	--	Los Picolinos	Italiana	Balada

Fuente: Elaborado con datos de las revistas *Radiolandia* y *Canciones populares*.

CUADRO 42. CANCIONES EN INGLÉS PROGRAMADAS EN LA RADIO DEL DF

(1967)		(1968)	
CANCIÓN	**INTÉRPRETE**	**CANCIÓN**	**INTÉRPRETE**
1. Hello Goodbye	The Beatles	1. Hey Jude	The Beatles
2. All you need is love	The Beatles	2. Eleonor	The Turtles
3. The letter	Box Tops	4. Hush	Deep Purple
4. Mellow yellow	Donovan	5. Foundations	Build me up Buttercup
5 Purple Haze	Jimi Hendrix	6. El tonto de la colina	Sergio Méndes y Brasil 68
6. Thre's a kind of hash	Herman's Hermits	7. Light my fire	José Feliciano
7. The last waltz	Engelbert Humperdinck	8. She is a rainbow	The Rolling Stones
8. San Francisco	Scot McKenzie	9. Lady Madona	The Beatles
9.Mamas & the Papas	Dedicated to the one I love	10. Gime a little sign	Brenton Wood
10. I'm a believer	The Monkees	11. Pata pata	Myriam Makeba
11. See Emily play	Pink Folyd	12. Daydream believer	The Monkees
12. A whiter shade of pale	Procul Harum	13. Words	Bee Gees
13. Let's spende the night together	The Rolling Stones	14. Hurdy gurdy man	Donovan
14. Somethin' stupid	Frank y Nancy Sinatra	15. Those were the days	Mary Hopkins

El orden en que aparecen las canciones no corresponde a su lugar en algún índice de popularidad. Se trata solamente de un listado con algunas de las canciones programadas en las emisoras especializadas en rock y *pop* en inglés durante esos años.

CUADRO 43. LISTA DE POPULARIDAD (1969)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Clemencia	--	Hermanas Núñez	Mexicana	Bolero- ranchero
2. Esos fueron los días	Gene Raskin	Los Rockin' Devils	Inglesa	Balada
3. O quizá simplemente te regale una rosa	Leonardo Favio	Leonardo Favio	Argentina	Balada
4. Lo mucho que te quiero	--	Rene & Rene*	Estadunidense	Balada
5. Alguien cantó	--	Monna Bell	--	Balada
6. Por amor	Rafael Solana	Marco Antonio Muñiz	Mexicana	Bolero
7. Corazón contento	Palito Ortega	Palito Ortega	Argentina	Balada
8. Reconciliación	Acrelio Carrillo	Hermanas Núñez	Mexicana	Bolero ranchero
9. No dejes de quererme	--	Sonora Maracaibo	Colombiana	Bolero
10. Por tí	Jerry Fuller	Johnny Dínamo y Los Leos	Estadounidense	Balada
10 A. A medias de la noche	G. Acosta	Lucha Villa	Mexicana	Ranchero

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales,* 1969.

CUADRO 44. LISTA DE POPULARIDAD (1970)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. La nave del olvido	Dino Ramos	José José	Argentina	Bolero
2. Negra paloma	Fernando Arbex	César Costa	Española	Balada
3. Una lágrima por tu amor	--	Estela Núñez	Mexicana	Balada
4. El Triste	Roberto Cantoral	José José	Mexicana	Bolero
5. Tú que me das	--	Carlos Lico	Mexicana	Balada
6. Tu camino y el mío	--	Vicente Fernández	Mexicana	Ranchero
7. Sufrir		Los Solitarios	--	Bolero
8. Mi viejo	Piero	Piero	Argentina	Balada
9. Te he prometido	Leo Dan	Leo Dan	Argentina	Balada
10. El silbidito	--	Lorenzo de Monteclaro	Mexicana	Norteño
10 A.. Y volveré		Los Ángeles Negros		

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales,* 1970.

CUADRO 45. CANCIONES EN INGLÉS PROGRAMADAS EN LA RADIO DEL DF

(1969)		(1970)	
CANCIÓN	**INTÉRPRETE**	**CANCIÓN**	**INTÉRPRETE**
1. Honky tonk woman	The Rolling Stones	1. Let it be	The Beatles
2. Get Back	The Beatles	2. Paranoid	Black Sabbath
3. Something	The Beatles	3. Montego Bay	Baby Bloom
4. The ballad of John and Yoko	The Beatles	4.Make it with you	Bread
5. Proud Mary	Credence Clear Water Revival	5. Yellow river	Christie
6. Bad moon rising	Credence Clear Water Revival	6. Black night	Deep Purple
7. The israelites	Desmond Dekker & The Aces	7. Indian reservation	Don Fardon
8.Aquarius/Let the Sunshine in	5th Dimension	8. ABC	Jackson 5
9. Living in the past	Jethro Tull	9. Lola	The Kinks
10. Give Peace a chance	John Lennon & The plastic Ono band	10. In the summertime	Mongo Jerry
11. Suspicious mind	Elvis Presley	11.Venus	Shocking Blue
12. Dizzy	Tommy Roe	12. Bridge over troubled water	Simon & Garfunkel
13. My way	Frank Sinatra	13. War	Edwin Starr
14. Higher and higher	Jackie Wilson	14. Abraham, Martin and John	Marvin Gaye
15. For once in my life	Stevie Wonder		

El orden en que aparecen las canciones no corresponde a su lugar en algún índice de popularidad. Se trata solamente de un listado con algunas de las canciones programadas en las emisoras especializadas en rock y *pop* en inglés durante esos años.

3.4. *Los setenta: baladas y cantautores*

Durante los años setenta el género "balada" toma el primer lugar en las listas de popularidad. Ello se debe a tres razones. La primera es que entran a la escena los "cantautores", jóvenes compositores que interpretan sus propias melodías. Entre ellos destacan Juan Gabriel, Napoleón, Rigo Tovar (que inició su trayectoria musical como intérprete de baladas), Joan Sebastian, y varios más, los cuales producen *hits* ininterrumpidamente en esa década. Destaca, obviamente, el caso de Juan Gabriel, que a partir de su ingreso a las listas de popularidad en 1972 con "No tengo dinero", logra colocar en ellas canciones de gran éxito durante esa década y el primer lustro de la siguiente. Otra causa que permite el dominio de la balada como género más popular en esa década es que durante ella prolifera la presencia de músicos que en el decenio anterior habían integrado conjuntos de rock, pero ante la represión sufrida por esta música a partir de 1971, luego del festival de Avándaro, cambian de género y se transforman en intérpretes de baladas y de boleros. Es el caso de, entre muchos otros, de *La Tropa Loca*, *Los Solitarios*, *La Revolución de Emiliano Zapata*, *Los Babys* e incluso de Rigo Tovar (originalmente baladista, aunque luego derivó a la cumbia), gran admirador del *hard rock* y del rock en general.[36]

Una tercera causa que favorece el predominio de la balada en esta década es que llegan a México y tienen éxito cantantes y grupos extranjeros que cultivan ese género. Arriban al país procedentes de España y colocan *hits* en las listas de popularidad Camilo Sesto, Julio Iglesias, Miguel Gallardo y Angela Carrasco. De Argentina llegan King Clave, Sandro, Diego Verdaguer y Leo Dan, éste último conocido por el público mexicano desde los años sesenta. Asimismo grupos latinoamericanos que cultivan el género logran colocar *hits* en las listas; entre ellos destacan *Los Angeles Negros*, de Chile, Los *Terrícolas*, de Venezuela, y *Los Pasteles Verdes*, de Perú.

---

[36] Rigo Tovar grabó un disco de rock (Melody-55-6027), además de que en sus presentaciones, al final de los setenta y principios de los ochenta, solía cantar algunas canciones de ese género, especialmente "What I'd say", de Ray Charles. Véase Federico Arana, *Guaraches de ante azul*, tomo III, pp. 77-82.

Un punto destacable en esta década es que la música de origen mexicano vuelve a ser mayoritaria y retoma el primer lugar entre las que tienen acceso a las listas de popularidad en español. De igual forma, el número de *covers* disminuye drásticamente, aunque hay cantantes de éxito que los cultivan, como Roberto Jordán (conocido como el rey del "bubblegum rock" en México)[37] y eventualmente José José.

Los años setenta marcaron el debut de intérpretes que, con fuerte apoyo mediático, adquirirían protagonismo en los años posteriores. En 1971, a los diecisiete años, la cantante Lupita D'alessio (Guadalupe Contreras Ramos, su nombre verdadero) debuta con la versión en español a "Mi corazón es un gitano" y logra el primer lugar en la lista de popularidad de ese año; tras su éxito inicial fue programada por su disquera de entonces, Orfeón, para convertirse en "estrella juvenil" con imagen de adolescente dulce y candorosa, sin embargo recorrió casi toda esa década sin definir un estilo (pasó de la balada a la canción ranchera y volvió a la balada), hasta que a finales de los setenta y durante los ochenta, con la interpretación de canciones de la compositora Lolita de la Colina, logró encontrar una "imagen vendedora": la de "mujer fatal", "devoradora de hombres" y protagonista de escándalos.

Otros debuts hacia el final de la década fueron los de Emmanuel (Jesús Acha Martínez), en 1979, con "Al final", y Yuri (Yuridia Valenzuela Canseco) con "Esperanzas", en 1980.

Un caso que refleja el abatimiento en los niveles de calidad que se registraba dentro de la música grabada en México y difundida por la radio, pero también el poder de los medios para promover un personaje y hacerlo famoso rápidamente, fue el de *Cepillín*, "El payasito de la tele", personaje interpretado por Ricardo González, un odontólogo oriundo de Monterrey, que logró aparecer en las listas de popularidad con dos canciones: "Un día con mamá" (1977) y "En un bosque de la

[37] Se conoció como "bubblegum rock" o "rock chicle bomba" a las canciones cuya estructura musical correspondía al género del rock, pero incluían letras insulsas. En Estados Unidos los principales cultuvadores del género fueron grupos como *1910 Fruitgum Company*, *The Ohio Express* y *Crazy Elephant*.

China", viejísimo *fox trot* argentino de los años cuarenta reciclado y grabado por *Cepillín* en 1978. Impulsado dentro del "circuito mediático" con gran fuerza, este personaje se hizo celebridad en solo unos meses. Su debut ocurrió en enero de 1977 con una serie de televisión y de inmediato apareció en portadas de revistas y fue entrevistado en medios impresos. En marzo de 1977, a tres meses de apariciones continuas en la TV, grabó su primer LP y para septiembre preparaba uno con canciones navideñas que saldría en diciembre.[38] Luego, incluso, filmaría películas.

3.4.1. El rock de los setenta

Durante los años setenta la música de pop y rock en inglés ganó presencia en la radio del DF, especialmente por el surgimiento de emisoras de FM (por ejemplo, Radio Universal y XEW FM) que se sumaron a las ya existentes en AM impulsoras de este tipo de música desde los años sesenta. Los años setenta presentaron una amplia variedad en la oferta radiofónica de *pop* y rock en inglés como puede apreciarse en los cuadros correspondientes.

El año 1971 registró los primeros *hits* que grabaron como solistas los para entonces cuatro ex *Beatles*: George Harrison con "My sweet lord"; John Lennon, con "Power to the people"; Paul Mc Cartney, con "Another day"; y Ringo Starr, con "It don´t come easy".

Por su parte, *Los Rolling Stones*, el otro gran referente del rock inglés en los sesenta, continuó con vida y aceptación por parte del publico juvenil con *hits* como "Brown sugar" (1971), "Angie" (1973), "Miss you" (1978) o "Emotional rescue" (1980).

Otros grupos de rock, formados a finales de los sesenta, como *Queen*, *Deep Purple*, *Led Zeppelin*, *Chicago* o *War* (este último ya sin el cantante Eric Burdon) se consolidaron en los setenta, si bien en el caso de *Chicago* su música abandonó el tono trasgresor que tuvo en su origen y se ubicó paulatinamente en el lado de la

---

[38] *Notitas Musicales*, 15 de septiembre de 1977, pp. 37-41. Ricardo González firmó en 1976 un contrato "total" por 10 años con Televisa mediante el cual esta empresa adquirió los derechos absolutos para la explotación del personaje: TV (el programa de *Cepillín* se veía en Estados Unidos, Puerto Rico y Ecuador), presentaciones personales, grabación y venta de discos. En 1986, al llegar a su fin la temporalidad del contrato, *Cepillín* desapareció del ámbito público.

balada y el *pop*. Asimismo, grupos y solistas que ya eran *estrellas* en la década anterior continuaron su carrera en los setenta, por ejemplo *The Kinks*, Eric Clapton (ya como solista, terminada la época de *Cream*, *Blind Faith* y *Derek & the Dominoes*), Elton John, Rod Stewart, Paul Simon, e incluso el líder del grupo *Lovin' Spoonful*, John Sebastian, que en esa época tuvo un breve retorno con la canción "Welcome back". Por supuesto, nuevos grupos surgieron en el decenio: *America*, *The Eagles* o, al final de la década, *The Cars*, *Blondie* y *The Police*, estos tres últimos con mayor presencia en los ochenta.

En el lado del *pop* aparecieron grupos como *Dawn*, *The Carpenters* o el sueco *ABBA*, y solistas cuya música encantó a sectores de clase media con gusto conservador, como Helen Reddy o Barry Manilow. Es de subrayar, por supuesto, el debut como solista, en 1972, del entonces adolescente Michael Jackson (ex *Jackson Five*) con su primer *hit*: "Ben".

Finalmente, un punto a destacar en la década es la presencia de la *disco music* que, en su parte "blanca", permitió la consolidación de los *Bee Gees*, un grupo casi olvidado sobreviviente de los sesenta, o de la australiana Olivia Newton John (intérpretes ambos del exitoso *sound track* del filme *Saturday Night Fever*), y en su parte "negra" aportó *estrellas* como Gloria Gaynor y los grupos *Stylistics* y *Tavares*.

CUADRO 46. LISTA DE POPULARIDAD (1971)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Mi corazón es un gitano	--	Lupita D'Alessio	Italiana	Balada
2. Mary es mi amor	Leo Dan	Leo Dan	Argentina	Balada
3. Señora	Joan Manuel Serrat	Joan Manuel Serrat	Española	Balada
4. Pon tu mano en mi mano	--	Lupita D' Alessio	Mexicana	Balada
5. Rosa marchita	Neil Diamond	Roberto Jordán	Estadounidense	Balada
6. Felicidad	Armando Manzanero	Víctor Yturbe "Pirulí"	Mexicana	Bolero
7. A dónde va nuestro amor	Eduardo Magallanes	Angélica María	Mexicana	Balada
8. Lo que te queda		Los Pulpos	Mexicana	Balada
9. Tanto adiós	--	Los Angeles Negros	Chilena	Balada
10. Puente de piedra	Carmelo Larrea	Los Chicanos	Mexicana	Bolero

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales,* 1971.

CUADRO 47. LISTA DE POPULARIDAD (1972)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. ¿Por qué?	Armando Ávila	Los Baby's	Mexicana	Balada
2. No se ha dado cuenta	A.A. Valdez	Roberto Jordán	Mexicana	Balada
3. Verónica	--	Víctor Yturbe "Pirulí"	Mexicana	Balada
4. No tengo dinero	Alberto Aguilera	Juan Gabriel	Mexicana	Balada
5. Rosa marchita	Neil Diamond	Roberto Jordán	Estadounidense	Balada
6. Miénteme	Alberto Domínguez	Víctor Yturbe "Pirulí"	Mexicana	Bolero
7. Me he quedado solo	Alberto Aguilera	Juan Gabriel	Mexicana	Balada
8. Rosas rojas	--	Massimo Ranieri	Italiana	Balada
9. Será mañana	Alberto Aguilera	Juan Gabriel	Mexicana	Balada
10. Desiderata	--	Arturo Benavides	Estadounidense	Balada
10 A. Gira el amor	--	Gigliola Cinquetti	Italiana	Balada

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales,* 1972.

CUADRO 48. CANCIONES EN INGLÉS PROGRAMADAS EN LA RADIO DEL DF

(1971)		(1972)	
CANCIÓN	**INTÉRPRETE**	**CANCIÓN**	**INTÉRPRETE**
1. No matter what	Badfinger	1. A horse with no name	America
2. Candida	Dawn	2. Son of my father	Chicory tip
3. Knock three times	Dawn	3. Ben	Michael Jackson
4. My sweet lord	George Harrison	4. Happy Christmas (War is over)	Plastic Ono Band
5. Theme from "Shaft"	Isaac Hayes	5. Crocodile rock	Elton John
6. Your song	Elton John	6. American pie	Don Mc Lean
7. Ape man	The Kinks	7. Without you	Nilsson
8. Power to the people	John Lennon	8. Puppy love	Donny Osmond
9. Another day	Paul Mc Cartney	9. Alone again (Naturally)	Gilbert O'Sullivan
10. Chirpy chirpy cheep cheep	Middle of the road	10. Claire	Gilbert O'Sullivan
11. Brown sugar	The Rolling Stones	11. Morning has broken	Cat Stevens
12. It don't come easy	Ringo Star	12. Family afair	Three Dog Night
		13. Day after day	Bad Finger
		14. Black dog	Led Zeppelin

El orden en que aparecen las canciones no corresponde a su lugar en algún índice de popularidad. Se trata solamente de un listado con algunas de las canciones programadas en las emisoras especializadas en rock y *pop* en inglés durante esos años.

CUADRO 49. LISTA DE POPULARIDAD (1973)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Un sueño	--	La Tropa Loca	Mexicana	Balada
2. Río rebelde	Chalo Aguirre y R. Uballes	Julio Iglesias	Española	Balada
3. Engaño	--	La Tropa Loca	Mexicana	Balada
4. Te voy a enseñar a querer	Laura Gómez Llanos	Manoella Torres	Mexicana	Balada
5. Él	--	-- Los Strwck -- Grupo Yndio	Mexicana	Balada
6. Juegos en mi mente	--	Roberto Jordán	Estadunidense	Balada
7. Sin tu amor	--	Grupo Yndio	Mexicana	Balada
8. La montaña	Roberto Carlos	Roberto Carlos	Brasileña	Balada
9. A tu recuerdo	H. Beiza y J. Pedreros	Los Angeles Negros	Chilena	Balada
10. Zacazonapan	Rubén Méndez	Antonio Zamora	Mexicana	Ranchera

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales,* 1973.

CUADRO 50. LISTA DE POPULARIDAD (1974)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Espejismo	Zamor	Juanello	Mexicana	Balada
2. Tu sigues siendo el mismo	Alberto Aguilera	Angélica María	Mexicana	Balada
3. Esta rosa roja	Alberto Aguilera	Juan Gabriel	Mexicana	Balada
4. Lamento de amor	Rigo Tovar	Rigo Tovar	Mexicana	Balada
5. Me gusta estar contigo	--	Angélica María	Mexicana	Balada
6. Adiós amigo	--	Los Strwck	Mexicana	Balada
7. Perdóname	--	Estrellita	Española	Balada
8. Mi amigo el puma	--	Sandro	Argentina	Balada
9. Tengo miedo	--	Los Bríos	Española	Balada
10. Déjenme si estoy llorando	Alfonso Curiet Nelson	Los Angeles Negros	Chilena	Balada
10 A. 16 años	Daniel-Marti-Ferro	Julio Iglesias	Española	Balada

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales,* 1974.

CUADRO 51. CANCIONES EN INGLÉS PROGRAMADAS EN LA RADIO DEL DF

(1973)		**(1974)**	
CANCIÓN	INTÉRPRETE	CANCIÓN	INTÉRPRETE
1. Top of the world	Carpenters	1. Waterloo	ABBA
2. Tie a yellow ribbon round the old oak tree	Dawn	2. You ain't seen nothing yet	Backman-Turner Overdrive
3. Killing me softly with his song	Roberta Flack	3. Annie's song	John Denver
4. My love	Paul McCartney & Wings	4. Get Dancin'!	Disco Tex and the Sex-o-lettes
5. Angie	The Rolling Stones	5. Never can say goodbye	Gloria Gaynor
6. Hi hi hi	Paul McCartney & Wings	6. Rock the boat	Hues Corporation
7. C Moon	Paul McCartney & Wings	7. Jet	Paul McCartney & Wings
9. You are the sunshine of my life	Stevie Wonder	8. Billy don't be a hero	Paper Lace
10. Smoke on the water	Deep Purple	9. The most beautiful girl	Charlie Rich
11. Me and Mrs. Jones	Billy Paul	10. You're sixteen	Ringo Star
12.Don't expect me to be your friend	Lobo	11. You make me feel brand new	Stylistics
13.The world is a Ghetto	War	12. When will I see you again	Three Degrees
		13. You're the first, the last, my everything	Barry White

El orden en que aparecen las canciones no corresponde a su lugar en algún índice de popularidad. Se trata solamente de un listado con algunas de las canciones programadas en las emisoras especializadas en rock y *pop* en inglés durante esos años.

CUADRO 52. LISTA DE POPULARIDAD (1975)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Lágrimas y lluvia	Alberto Aguilera	Juan Gabriel	Mexicana	Balada
2. ¿Quieres ser mi amante?	Camilo Blanes	Camilo Sesto	Española	Balada
3. Se me olvidó otra vez	Juan Gabriel	Juan Gabriel	Mexicana	Balada
4. Mi corazón lloró	--	King Clave	Argentina	Balada
5. Llueve sobre mojado	Camilo Blanes	Camilo Sesto	Española	Balada
6. Luna blanca	--	Karina	Venezolana	Balada
7. Te juro que te amo	--	Los Terrícolas	Venezolana	Balada
8. Los hombres no deben llorar	--	King Clave	Argentina	Balada
9. Llorarás	--	Los Terrícolas	Venezolana	Balada
10. Plegaria	--	César	--	Balada
10 A. Mi amiga, mi esposa y mi amante	Rigo Tovar	Rigo Tovar	Mexicana	Balada

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales,* 1975.

CUADRO 53. LISTA DE POPULARIDAD (1976)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. A mi guitarra	Alberto Aguilera	Juan Gabriel	Mexicana	Balada
2. Jamás	Camilo Blanes	Camilo Sesto	Española	Balada
3. Hoy tengo ganas de tí	Miguel Gallardo	Miguel Gallardo	Española	Balada
4. Esclavo y amo	José Vaca Flores	Los Pasteles Verdes	Mexicana	Bolero
5. Melina	Camilo Blanes	Camlio Sesto	Española	Balada
6. Recuerdos de una noche	Fernando Arias	Los Pasteles Verdes	Peruana	Balada
7. Cómo te extraño	--	La Revolución de Emiliano Zapata	Mexicana	Balada
8. Luto en el alma	Manny Delgado	Los Terrícolas	Venezolana	Balada
9. Una carta	Manny Delgado	Los Terrícolas	Venezolana	Balada
10. Falso amor	Marco Antonio Solis	Los Bukis	Mexicana	Balada

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales,* 1976.

CUADRO 54. CANCIONES EN INGLÉS PROGRAMADAS EN LA RADIO DEL DF

(1975)		(1976)	
CANCIÓN	**INTÉRPRETE**	**CANCIÓN**	**INTÉRPRETE**
1. Imagine	John Lennon	1. Dancing Queen	ABBA
2. Please Mr. Postman	Carpenters	2. Fernando	ABBA
3. Honey	Bobby Goldsboro	3. Save your kisses for me	Brotherhood of man
4. The way we were	Gladys Knight & The Pips	4. If you live me now	Chicago
5. The Hustle	Van McCoy	5.December '63 (On what a night)	Four seasons
6. Mandy	Barry Manilow	6. Show me the way	Peter Frampton
7. January	Pilot	7. Don't go breaking my heart	Elton John and Kiki Dee
8. Bohemian Rhapsody	Queen	8. You make me feel like dancing	Leo Sayer
9.Angie Baby	Helen Reddy	9. Don't give up on us	David Soul
10. I'm not in love	10cc	10. More more more	Andrea True Connection
11. My eyes adored you	Frankie Valli	11. Low rider	War
12. Feelings	Morris Albert	12. Let'Em in	Paul McCartney & Wings
13. Lady Marmalade	La Belle	13. Silly love songs	Paul McCartney & Wings
14. Lovin' you	Minnie Riperton	14. That's the way	K.C. & The Sunshine Band
15. You are so beautiful	Joe Cocker	15. I write the songs	Barry Manilow
16. Sister golden hair	America	16. 50 ways to leave your lover	Paul SImon
17. Magic	Pilot	17. Welcome Back	John Sebastian

El orden en que aparecen las canciones no corresponde a su lugar en algún índice de popularidad. Se trata solamente de un listado con algunas de las canciones programadas en las emisoras especializadas en rock y *pop* en inglés durante esos años.

CUADRO 55. LISTA DE POPULARIDAD (1977)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Siempre en mi mente	Alberto Aguilera	Juan Gabriel	Mexicana	Balada
2. Vive	Nombre	Napoleón	Mexicana	Balada
3. Otro ocupa mi lugar	Miguel Gallardo	Miguel Gallardo	Española	Balada
4. Pajarillo	Nombre	Napoleón	Mexicana	Balada
5. Luto en el alma	Manny Delgado	Los Terrícolas	Venezolana	Balada
6. Gavilán o paloma	Rafael Pérez Botija	José José	Española	Balada
7. Un día con mamá	--	Cepillín	Mexicana	--
8. Llamarada	Jorge Villamil	Manolo Muñoz	Colombiana	Vals
9. Deja de llorar chiquilla	--	Los Terrícolas	Venezolana	Balada
10. El sol nace para todos	Ceratto y Jaen	Ricardo Ceratto	Argentina	Balada

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales,* 1977.

CUADRO 56. LISTA DE POPULARIDAD (1978)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. El pasadiscos	Verdaguer/Larocca	Diego Verdaguer	Argentina	Balada
2.Con el viento a favor	Camilo Blanes	Camilo Sesto	Española	Balada
3. Si tú te vas	Camilo Blanes	Camilo Sesto	Española	Balada
4. Aunque te enmores	Alberto Aguilera	Juan Gabriel	Mexicana	Balada
5. Ma Baker	Farian/Reyam/Jay	Grupo El Tren	Estadounidense	Pop
6. En un bosque de la China	Roberto Ratti	Cepillín	Argentina	Fox trot
7. Ríos de Babilonia	--	Biney M.	Estadounidense	Pop
8. Hombre	--	Napoleón	Mexicana	Balada
9. Mi fracaso	Alberto Aguilera	Juan Gabriel	Mexicana	Balada
10. Cara de gitana	Daniel Magal	Daniel Magal	Argentina	Balada

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales,* 1978.

CUADRO 57. CANCIONES EN INGLÉS PROGRAMADAS EN LA RADIO DEL DF

(1977)		(1978)	
CANCIÓN	**INTÉRPRETE**	**CANCIÓN**	**INTÉRPRETE**
1. We are the champions	Queen	1. Night fever	Bee Gees
2. When I need you	Leo Sayer	2. Da you think I'm sexy	Rod Stewart
3. Year of the cat	Al Stewart	3. YMCA	Village People
4. Nice and slow	Jesse Green	4. Three times a lady	Commodores
5. Heaven must be missing an angel	Tavares	5. Blue Bayou	Linda Ronstadt
6. Tonight's the night	Rod Stewart	6. Lay Down Sally	Eric Clapton
7. New kid in town	Eagles	7. Don't let me be misunderstood	Santa Esmeralda
8. Fly like an eagle	Steve Miller Band	8. Day Break	Barry Manilow
9. Hotel California	Eagles	9. If I can't have you	Yvonne Elliman
10. Don't take away the music	Tavares	10. Can´t smile without you	Barry Maniñow
11. Torn between two lovers	Mary McGregor	11. Staying live	Bee Gees
12. When I need you	Leo Sayer	12. Zodiac	Roberta Kelly
13.Sir Duke	Stevie Wonder	13. Miss you	The Rolling Stones
14. You are my world	Helen Reddy	14. Grease	Frankie Valli
15. Ma Baker	Boney M	15. Copacabana	Barry Manilow
16.. How deep is your love	Bee Gees	16. Summer Nights	John Travolta/Olivia Newton
17. Star Wars Title Theme	Meco	17. My best friend's girl	The Cars

El orden en que aparecen las canciones no corresponde a su lugar en algún índice de popularidad. Se trata solamente de un listado con algunas de las canciones programadas en las emisoras especializadas en rock y *pop* en inglés durante esos años.

CUADRO 58. LISTA DE POPULARIDAD (1979)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Hasta que amanezca	José Manuel Figueroa	Joan Sebastian	Mexicana	Balada
2. Noches de verano	--	Angélica María y Raúl Vale	Mexicana	Balada
3. Chiquitita	B. Anderson	Abba	Sueca	Balada
4. El amor de mi vida	Camilo Blanes	Camilo Sesto	Española	Balada
5. Quererte a tí	Camilo Blanes	Angela Carrasco	Española	Balada
6. Soy yo	--	Los Yonics	Mexicana	Balada
7. Motivos	--	Juan Domingo	--	--
8. Que me perdone tu señora		Manoella Torres	--	Balada
9. Amigo	Roberto Carlos	-- Roberto Carlos -- Estudiantina el Instituto Miguel Alemán y Rondalla del Colegio México	Brasileña	Balada
10. Al final	Roberto Cantoral	Emmanuel	Mexicana	Bolero

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales,* 1979.

CUADRO 59. LISTA DE POPULARIDAD (1980)

Canción	Autor	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. He venido a pedirte perdón	Alberto Aguilera	Juan Gabriel	Mexicana	Balada
2. Eres	--	Napoleón	Mexicana	Balada
3. Todo se derrumbó	--	Emmanuel	--	Balada
4. Si me dejas ahora	Camilo Blanes	José José	Española	Balada
5. Noa noa	Alberto Aguilera	Juan Gabriel	Mexicana	Balada
6. No pongas ese disco	--	Javier Santos	--	Balada
7. Hey	Julio Iglesias	Julio Iglesias	Española	Balada
8. Que no	Luis G. Escobar	Pedro Marín	Español	Balada
9. Quererte a ti	Camilo Blanes	Angela Carrasco	Española	Balada
10. No me arrepiento de nada	Alberto Aguilera	Estela Núñez	Mexicana	Balada
10 A. Esperanzas		Yuri	Mexicana	Balada

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales,* 1980.

CUADRO 60. CANCIONES EN INGLÉS PROGRAMADAS EN LA RADIO DEL DF

(1979)		(1980)	
CANCIÓN	**INTÉRPRETE**	**CANCIÓN**	**INTÉRPRETE**
1. Chiquitita	ABBA	1. The tide is high	Blondie
2. Video killed the radio star	Buggles	2. It´s still rock and roll to me	Billy Joel
3. I will survive	Gloria Gaynor	3 (Just like) starting over	John Lennon
4. Please don't go	KC and The Sunshine Band	4.Xanadu	Olivia Newton John
5. Pop music	M	5. Enola Gay	Orchestral Manoeuvres in the dark
6. Another brick in the wall	Pink Floyd	6. Emotional Rescue	The Rolling Stones
7.Message in a bottle	The Police	7. All out of love	Air Suplpy
8. Walking on the moon	The Police	8. Call me	Blondie
9. Crazy little thing called love	Queen	9. Coming up	Paul McCartney & Wings
10. In the navy	Village people	10. Magic	Olivia Newton-John
11. Tired of toein' the line	Rocky Burnette	11. September morning	Neil Diamond

El orden en que aparecen las canciones no corresponde a su lugar en algún índice de popularidad. Se trata solamente de un listado con algunas de las canciones programadas en las emisoras especializadas en rock y *pop* en inglés durante esos años.

3.5. *Los ochenta: balada y pop adolescente*

Dos estilos musicales dominaron la escena durante los años ochenta: la balada, modernizada y adaptada en su forma y su lenguaje a una sociedad más abierta y menos moralista que la de los años sesenta cuando surge este género, y la música *pop*. En rigor, el *pop* de los ochenta es una mezcla de varios ritmos; hay en él elementos de rock en sus diversas vertientes, y música *techno* en boga durante esos años en Estados Unidos y Europa.

Asimismo, comenzó a perfilarse un estilo musical que surge también de una mezcla: la música *grupera*, que en la década de los noventa se consolidaría como unos de los tipos de música preponderantes en la radio y la industria discográfica mexicanas, pero que en los ochenta empezó a delinearse con grupos como *Los Bukis* y compositores como *Joan Sebastian* (José Manuel Figueroa), que en los ochenta se mantuvieron dentro del género de balada, pero ya manejaban algunos elementos *gruperos* en su música.

La música en español que se difunde a través de la radio y que se vende al público a través de fonogramas es fundamentalmente de tres países: México, Argentina y España, aunque se registra un incremento en la presencia de intérpretes provenientes de otros países, especialmente venezolanos y puertorriqueños. Como puede verse en los cuadros correspondientes, las listas de popularidad en esta década incluyen gran cantidad de intérpretes de esas nacionalidades. Sin duda, en el incremento de la oferta musical procedente de otros países latinoamericanos, tuvo un papel fundamental la recomposición registrada en el mercado discográfico de esta región, con la cual se estableció un dominio en éste por parte de las grandes transnacionales del disco.

3.5.1. El dominio de las “majors”

Durante varias décadas, desde los años cuarenta hasta los setenta, la producción y la distribución de grabaciones musicales en América Latina estuvo diversificada en varias de las principales metrópolis del área (Buenos Aires, Sao Paulo, Caracas, Ciudad de México), además de Nueva York, ciudades donde las disqueras locales, a veces asociadas con trasnacionales o bien por sí mismas,

producían material musical y lo distribuían a otros países. En los años ochenta, esa forma de operar llegó a su fin: las grandes trasnacionales de la industria discográfica, conocidas como las “majors”, incrementaron su presencia en América Latina donde se asociaron con disqueras locales, o bien las absorbieron, para apoderarse paulatinamente del mercado. A mediados de la década, las grandes ciudades latinoamericanas, otrora centros regionales de producción y distribución musical, quedaron desplazadas por un “megacentro” donde se congregaron todas las actividades vinculadas con la industria discográfica (producción, distribución, promoción) e incluso pasó a ser lugar de residencia para músicos y *estrellas* del espectáculo. la ciudad estadounidense de Miami.

George Yúdice[39] ha explicado cómo a partir de los años ochenta las “majors” (Polygram, BMG, EMI, Sony Discos, entre otras) concentraron en Miami sus oficinas regionales para Latinoamérica, cómo instalaron su residencia ahí *estrellas* latinoamericanas de la canción y del espectáculo (por ejemplo, Julio Iglesias, Gloria Estefan, Lucia Méndez, José Luis Rodríguez “El puma”), además de productores y compositores, cómo se instalaron la editoras de música BMI y ASCAP, y cómo se construyeron estudios de grabación con tecnología de punta, por ejemplo, South Beach Studios o Criteria Recording Studios. También instalaron oficinas en ese lugar Fonovisa, entonces la marca discográfica de Televisa, las televisoras en español Univisión y Telemundo, además de MTV Latino, que colocó en Miami su centro de operaciones. Incluso la Federación Latinoamericana de Productores de Fonogramas y Videogramas dejó su sede en México y se trasladó a a Miami. Actualmente, según Yúdice:

> Para los grandes empresarios latinoamericanos del audiovisual, Miami es un paso necesario para la realización en registro capitalista de la integración del continente... En Miami se encuentra una concentración de talento y empresas al servicio de la industria audiovisual.[40]

---

[39] Véase George Yúdice, “La industria de la música en la integración América Latina-Estados Unidos”, en Néstor García Canclini y Carlos Juan Moneta (compiladores), *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, pp. 181-243.
[40] *Ibid*. pp. 220-221.

¿Por qué Miami fue elegida como centro de operaciones por la industria trasnacional del disco para producir y distribuir material musical hacia América Latina? Según Ramón Grosfoguel, fueron tres las razones, una geopolítica y militar, otra económica y una más, simbólica. Las "majors" y el gobierno, de Estados Unidos habrían sido los promotores del proyecto:

a) En el plano geopolítico y militar se trató de reforzar la situación de Miami como "centro del estado de seguridad nacional estadounidense con respecto a América Latina", especialmente al Caribe, papel que se le ha asignado desde 1898, después de la Independencia de Cuba y posteriormente, en los años sesenta, luego de la Revolución Cubana.

b) En el ámbito económico se trató de desarrollar un polo regional de desarrollo capitalista a partir del apoyo e impulso a la burguesía cubana que llegó tras la revolución y aportó "su know how, sus capitales y sus relaciones comerciales".

c) En el terreno de lo simbólico el objetivo fue apoyar al exilio cubano y convertir a Miami en "comunidad latina modelo" donde "el éxito económico contraste con el fracaso del comunismo cubano".[41]

De esta manera, las "majors" controlaron el mercado latinoamericano, antes compartido con disqueras locales a las que desplazaron paulatinamente. Pudieron, en consecuencia, establecer su dominio en una región donde tradicionalmente la música en español ha tenido amplia preferencia, por parte de los consumidores, sobre la cantada en inglés.[42] Si durante varias décadas las trasnacionales trataron de participar en el mercado de América Latina mediante la introducción a él de música en inglés y posteriormente vía la contratación de intérpretes locales que cantaban en español, en los ochenta consiguieron

---

[41] Véase Ramón Grosfoguel, "World Cities in the Caribbean: The Rise of Miami and San Juan", en Review 17, 3 (Summer 1994), pp. 351-381, y "Global Logics in the Caribbean City System: The Case of Miami", en Knox & Taylor, 1995, pp. 156-170, citado por George Yúdice, en *op. cit.* p. 213.

[42] Según la *Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales* (Capítulo III "Exposición a Medios Audiovisuales), patrocinada por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y publicada en junio de 2005, el 78.9 por ciento de las personas que oyen música en México la prefiere en español. La encuesta fue publicada en Consulta Mitofsky, *Boletín Mensual de Consulta*, no. 126, 21 de junio de 2005.

finalmente controlar la oferta musical en ambos idiomas, con Miami como centro productor y distribuidor.

3.5.2. La hora de los niños

Un rasgo distintivo de los años ochenta es la irrupción de grupos musicales integrados por adolescentes y preadolescentes –incluso por niños--, y solistas ubicados en ese mismo rango de edad.

Un nicho de mercado que había sido desatendido en buena medida por la industria discográfica en décadas anteriores era el de los niños y las niñas de 10 a 12 años y el de los adolescentes de 13 a 15, de ahí que en los ochenta se creara un nuevo tipo de producto musical dirigido a esas edades. A los primeros ya no se les trata como niños pequeños y se les ofrece música cuyos temas dejan atrás las temáticas infantiles tradicionales (*Cri cri*, el *Grillito Cantor* queda reducido a una anécdota del pasado). Las nuevas canciones se refieren a la cotidianidad en la escuela, pero fundamentalmente al “despertar” erótico y amoroso. En una época en que la edad para iniciar el noviazgo disminuye de los quince a los once o doce años, la industria del espectáculo da a los preadolescentes productos musicales –tanto canciones como cantantes-- relacionados con esa nueva situación. Surgen así, en el primer lustro de la década, intérpretes como Luis Miguel, Lorenzo Antonio, *Menudo*, *Parchís* y *Timbiriche*, cuyas edades se ubican por debajo de los 15 años. El primer *hit* de Luis Miguel, grabado en 1982 cuando el cantante tenía 12 años, ilustra muy bien ese fenómeno: “1+1= a dos enamorados”, primer lugar en la lista de popularidad anual.

Los grupos formados por adolescentes y preadolescentes responden generalmente a un “concepto” previamente elaborado en las oficinas de *managers* o directores artísticos que desarrollan ideas acerca de cómo debe ser un grupo o un cantante en cuanto a presencia, estilo musical y voz. Asimismo, se elabora un diseño acerca de cuál va a ser el público potencial que pueda interesarse por el intérprete prefabricado. Enseguida se lanza la convocatoria para un *casting*, se eligen los integrantes del grupo y se les prepara durante varios meses antes de su debut. Mediante este procedimiento surgen grupos como *Timbiriche*, *Flans*,

Magneto y muchos más. Sus creadores son productores al servicio de una empresa discográfica o televisiva, o bien *managers* y productores independientes. En el caso de México destacan, entre otros, Sergio Andrade, Mildred Villafañe y Luis de Llano Macedo.

Otra de las peculiaridades de esta década es el lanzamiento al mercado discográfico, con el apoyo de la radio, de actrices *telenoveleras* que, de la noche a la mañana, se transforman en cantantes, preferentemente para interpretar los temas musicales de los melodramas que protagonizan. Algunos de esos experimentos son exitosos en cuanto a ventas de discos y presencia radiofónica, como el caso de Daniela Romo (María Teresa Presmanes, su nombre real) con “Mentiras” (1983), “Celos” (1984) o “De mí enamórate” (1987), y de Lucía Méndez, que accede con varias canciones a las listas de popularidad: “Mi amor, amor” (1984), “Corazón de piedra”, primer lugar en la lista anual de 1985, “Don Corazón” (1985) y “Amor imposible” (1986).

En los años ochenta predomina entre los intérpretes musicales, al igual que en otras décadas, el arquetipo narcisista en el caso de los cantantes de sexo masculino y el de Venus-Afrodita en el de los de sexo femenino. Sin embargo, la novedad en relación a otras épocas es que los rangos de edad bajan: ahora muchos de los aspirantes a dioses de la belleza son adolescentes y, en algunos casos, niños.

3.5.3. Confluencia de corrientes

En el ámbito del rock y el *pop* en inglés, los años ochenta constituyeron una época privilegiada en donde confluyeron la historia y la diversidad. En ese periodo coincidieron, junto a los intérpretes surgidos en la propia década, cantantes y grupos aparecidos a finales de los sesenta o en los setenta, pero aún vigentes y con proyectos en los ochenta. Época de confluencia y fusión de corrientes musicales desarrolladas en tres décadas diferentes, la de los ochenta vio pasar a músicos y cantantes de muy variadas tendencias: *heavy metal*, *hard rock*, *punk*, *reggae*, *new romantic*, *new wave*, *dark* y el repunte del *rock and roll* básico o *rockabilly*.

Un hecho curioso que se observa en los años ochenta es el interés de colocar *hits* en las listas de popularidad por parte de roqueros veteranos que en los setenta o incluso los sesenta se mantuvieron dentro de corrientes "no comerciales". Por ejemplo, el grupo *Yes* dejó el rock progresivo y grabó en 1983 el álbum "90125" con canciones de duración corta para ser colocadas en la programación radiofónica, entre ellas "Owner of a lonely heart", uno de los principales *hits* de 1984. Por su parte, David Bowie, antiguo estrella del rock subterráneo, grabó varios *hits* e incluso pisó el terreno del *pop* con "Dancing in the dark" (1988), canción interpretada en dueto con Mick Jagger.

La lista de grupos con fuerte presencia en los años ochenta es muy abundante: *Foreigner*, el dueto *Hall & Oates*, *Fleetwood Mac*, *The Police*, *Culture Club*, *The Cars*, *Eurythmics*, *The Pretenders*, *Stray cats*, *Duran Duran*, *Wham!*, *Simply Minds*, *Toto*, *Dire Straits*, The Cure, *INXS*, *UB40*, *U2*, *REM* y, al final de la década, el grupo de *pop* para adolescentes *New Kids on the block*. Igualmente extenso es el listado de solistas: Madonna; el ex baterista de *Genesis*, Phil Collins; el ex vocalista del mismo grupo, Peter Gabriel; Michael Jackson, que vivió en los ochenta su mejor época; Cindy Lauper, Robert Palmer, Tracy Chapman, Suzanne Vega, así como George Michael y Sting, entre muchos otros.

La difusión en el Distrito Federal de este numeroso elenco estuvo a cargo de emisoras como XEW FM, Stereo Rey, Radio Universal y Rock 101.

CUADRO 61. LISTA DE POPULARIDAD EN ESPAÑOL (1981)

Canción	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. La ladrona	Diego Vergadguer	Argentina	Balada
2. Ella se llamaba	Napoleón	Argentina	Balada
3. El me mintió	Amanda Miguel	Argentina	Balada
4. Quiero dormir cansado	Emmanuel	Mexicana	Balada
5. Así no te amará jamás	Amanda Miguel	Argentina	Balada
6. Perdóname	Camilo Sesto	Española	Balada
7. Canción de Parchís	Parchís	Española	Pop
8. Palabras tristes	Los Yonics	Mexicana	Balada
9. Con tu amor	Juan Gabriel	Mexicana	Balada
10. Fuego	Menudo	Puertorriqueña	Pop

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas Musicales*, 1981.

CUADRO 62. LISTA DE POPULARIDAD EN ESPAÑOL (1982)

Canción	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. 1+ 1= a dos enamorados	Luis Miguel	Mexicana	Balada
2. Maldita primavera	Yuri	Italiana	Balada
3. Será por que te amo	--Lupita D'Alessio --Rcchi e poveri	Italiana	Pop
4. Quiero rock	Menudo	Puertorriqueña	Pop
5. El me mintió	Amanda Muguel	Argentina	Pop
6. Tú y yo	Emmanuel	Mexicana	Balada
7. Insensible	Juan Gabriel	Mexicana	Balada
8. Quiero ser	Menudo	Puertorriqueña	Pop
9. Mi buen corazón	Amanda Miguel	Mexicana	Pop
10. Dueño de nada	José Luis Rodríguez	Venezolana	Balada
10 A. Súbete a mi moto	Menudo	Puertorriqueña	Pop

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas Musicales*, 1982.

CUADRO 63. CANCIONES EN INGLÉS PROGRAMADAS EN LA RADIO DEL DF

(1981)		(1982)	
Canción	**Intérprete**	**Canción**	**Intérprete**
1. Starting over	John Lennon	1. Hurts so good	John Cougar
2. The tide is high	Blondie	2. Hold me	Fleetwood Mac
3. Woman	John Lennon	3. Abracadabra	The Steve Miller Band
4. Kiss on my list	Hall & Oates	4. I can't go for that	Hall & Oates
5.Just the two of us	Grover Washington Jr.	5. Ebony and ivory	Paul Mc Cartney and Stevie Wonder
6. Angel of the morning	Juice Newton	6 .Rossana	Toto
7. Bette Davies eyes	Kim Carnes	7. Do you really want to hurt me	Culture Club
8. Flash Gordon	Queen	8. Every breath you take	The Police
9. All those years ago	George Harrison	9. Billie Jean	Michael Jackson
10. Arthur's theme	Christopher Cross	10 Sweet dreams	Eurythmics
11.Start me up	The Rolling Stones	11. Dou you really want to hurt me	Culture Club
12. Private eyes	Hall & Oates	12. Lets dance	David Bowie
13. New York, New York	Frank Sinatra	13. Africa	Toto
14. Physical	Olivia Newton John	14. Back on the chain gang	The Pretenders
15. Waiting for a girl like you	Foreigner	15. You can't hurry love	Phil Collins

El orden en que aparecen las canciones no corresponde a su lugar en índices de popularidad. Se trata solamente de un listado de canciones programadas en las emisoras especializadas en rock y *pop* en inglés durante esos años.

CUADRO 64. LISTA DE POPULARIDAD (1983)

Canción	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Tenías que ser tan cruel	Rocío Dúrcal	Española	Balada
2. Mentiras	Daniela Romo	Mexicana	Pop
3. Castillos	Amanda Miguel	Argentina	Pop
4. Yo te amo, te amo	Yuri	Mexicana	Pop
5. Claridad	Menudo	Puertorriqueña	Pop
6. Celos	Daniela Romo	Mexicana	Pop
7. Lluvia	Menudo	Mexicana	Pop
8. Caray	Juan Gabriel	Mexicana	Balada
9. Directo al corazón	Luis Miguel	Mexicana	Balada
10. Busco un amor	Lorenzo Antonio	Mexicana	Balada

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales,* 1983.

CUADRO 65. LISTA DE POPULARIDAD (1984)

Canción	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Querida	Juan Gabriel	Mexicana	Balada
2. Mi amor, amor	Lucía Méndez	Mexicana	Balada
3. Celos	Daniela Romo	Mexicana	Pop
4. Corazón encadenado	Camilo Sesto	Española	Balada
5. Amor de mujer	Camilo Sesto	Española	Balada
6. Nena	Diego Verdaguer	Argentina	Pop
7. Karma Kamaleón	Yuri	Inglesa	Pop
8. El gato y yo	Amanda Miguel	Argentina	Pop
9. La pareja ideal	Marisela y Marco Antonio Solís	Mexicana	Balada
10. Fotografía	Oscar Athié	Mexicana	Balada

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales,* 1984.

CUADRO 66. CANCIONES EN INGLÉS PROGRAMADAS EN LA RADIO DEL DF

(1983)		(1984)	
Canción	**Intérprete**	**Canción**	**Intérprete**
1. Gloria	Laura Branigan	1. Billy Jean	Michael Jackson
2. Maneater	Hall & Oates	2. Say, say, say	Paul McCartney y Michael Jackson
3. Beat it	Michael Jackson	3. Owner of a lonely heart	Yes
4. Let´s dance	David Bowie	4. Say it isn't so	Hall & Oates
5. Over kill	Men at work	5. Undercover of the night	The Rolling Stones
6. Karma Chameleon	Culture Club	6. Jump	Van Halen
7. Cum on feel the nois	Quit Riot	7. Here comes he rain again	Eurythmics
8. The reflex	Duran Duran	8. Foot lose	Kenny Loggins
9. Dancing in the dark	Bruce Springsteen	9. I want a new drug	Huey Lewis & The News
10. When doves cry	Prince & The Revolution	10. Do they know it's Christmas	Band Aid
11. Time after time	Cindy Lauper	11. Drive	The Cars
12. Ghost busters	Ray Parker Jr.	12. Against all odds	Phil Collins
13. Infatuation	Rod Stewart	13. It's a miracle	Culture Club
14. Say songs (Say so much)	Elton Jiohn	14. Relax	Frankie Goes to Hollywood
15. Girls just want to have fun	Cindy Lauper	15. No more lonely nights	Paul McCartney
16. Missing you	John Waite	16.Careless Whispers	Wham!
17. Let's go crazy	Prince & The Revolution	17.Wake me up before you go go	Wham!

El orden en que aparecen las canciones no corresponde a su lugar en índices de popularidad. Se trata solamente de un listado de canciones programadas en las emisoras especializadas en rock y *pop* en inglés durante esos años.

CUADRO 67. LISTA DE POPULARIDAD (1985)

Canción	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Corazón de piedra	Lucía Méndez	Mexicana	Pop
2. Querida	Juan Gabriel	Mexicana	Balada
3. Déjame vivir	Juan Gabriel y Rocío Dúrcal	Mexicana	Balada
4. Necesito una compañera	Los Bukis	Mexicana	Balada
5. Palabra de honor	Luis Miguel	Mexicana	Balada
6. Este hombre no se toca	Rocío Banquells	Mexicana	Balada
7. Nosotros los muchachos de hoy	Luis Miguel	Mexicana	Pop
8. Don Corazón	Lucía Méndez	Mexicana	Pop
9. Veinticinco Rosas	Joan Sebastian	Mexicana	Balada
10, Cómo te va mi amor	Pandora	Mexicana	Balada

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales,* 1985.

CUADRO 68. LISTA DE POPULARIDAD (1986)

Canción	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Bazar	Flans	Mexicana	Pop
2. No controles	Flans	Mexicana	Pop
3. Toda la vida	Franco	Cubana	Pop
4. Cuando estemos juntos	Tatiana y Johnny	--	Pop
5. Corro, vuelo, me acelero	Timbiriche	Mexicana	Pop
6. Cuando no estás conmigo	Pandora	Mexicana	Balada
7. Esta cobardía	Chiquitete	Española	Balada
8. Amor imposible	Lucía Méndez	Mexicana	Balada
9. Tímido	Flans	Mexicana	Pop
10. Dame un beso	Yuri	Mexicana	Pop

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales,* 1986.

CUADRO 69. CANCIONES EN INGLÉS PROGRAMADAS EN LA RADIO DEL DF

(1985)		(1986)	
Canción	**Intérprete**	**Canción**	**Intérprete**
1. I just called to say I love you	Stevie Wonder	1. Part time lover	Stevie Wonder
2. Like a virgin	Madonna	2. Material girl	Madonna
3. Out of touch	Hall & Oates	3. Say you, say me	Lionel Richie
4. Valotte	Julian Lennon	4. Alive and kicking	Simple Minds
5. We are not gonna take it	Twisted Sister	5. Dancing in the street	David Bowie and Mick Jagger
6. She bop	Cindy Lauper	6. Kayleigh	Marilion
7. I want to know what love is	Foreigner	7. Don't you forget about me	Simple Minds
8. Easy lover	Philip Bailey & Phil Collins	8. Manic monday	Bangles
9. Desert Moon	Dennis de Young	9. Absolute beginners	David Bowie
10. Can´t fight this feeling	Reo Speedwagon	10. (I just) died in your arms	Cutting Crew
11. The heat is on	Glen Frey	11. Lessons in love	Level 42
12. We are the world	USA for Afirca	12. Papa don't preach	Madonna
13. Sussudio	Phil Collins	13. Holding back the years	Simply Red
14. Angel	Madonna	14. Walk of life	Dire Straits
15. Every time you go away	Paul Young	15. Dancing in the dark	Bruce Springsteen
16. If you love somebody set them free	Sting	16. Addicted to love	Robert Palmer
17. Take on me	A-ha	17. Alive and kicking	Simple Minds

El orden en que aparecen las canciones no corresponde a su lugar en índices de popularidad. Se trata solamente de un listado de canciones programadas en las emisoras especializadas en rock y *pop* en inglés durante esos años.

CUADRO 70. LISTA DE POPULARIDAD (1987)

Canción	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Tu cárcel	Los Bukis	Mexicana	Balada
2. Ahora te puedes marchar	Luis Miguel	-	Pop
3. Besos de ceniza	Timbiriche	Mexicana	Pop
4. Doce rosas	Lorenzo Antonio	Mexicana	Pop
5. Tímido	Flans	Mexicana	Pop
6. La Puerta de Alcalá	Ana Belén y Víctor Manuel	Española	Pop
7. De mi enamórate	Daniela Romo	Mexicana	Pop
8. Cruz de navajas	Mecano	Española	Pop
9. Ni tú ni nadie	Alaska y Dinarama	Española	Pop
10. Ay, qué pesado	Mecano	Española	Pop

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales,* 1987.

CUADRO 71. LISTA DE POPULARIDAD (1988)

Canción	Intérprete	Nacionalidad	Género
1. Devuélveme a mi chica	Hombres G	Española	Pop
2. Ahora te puedes marchar	Luis Miguel	-	Pop
3. Me he enamorado de un fan	Flans	Mexicana	Pop
4. Cuando seas grande	Miguel Mateos	Argentina	Pop
5. Ay, amor	Ana Gabriel	Mexicana	Balada
6. Rueda mi mente	Sasha	Mexicana	Pop
7. Y ahora te vas	Los Bukis	Mexicana	Balada
8. A quién	Karina	Venezolana	Balada
9. Marta tiene un marcapasos	Hombres G	Española	Pop
10. Corre, corre	Flans	Mexicana	Pop

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales,* 1988.

CUADRO 72. CANCIONES EN INGLÉS PROGRAMADAS EN LA RADIO DEL DF

(1987)		(1988)	
Canción	**Intérprete**	**Canción**	**Intérprete**
1, Everybody have fun tonight	Wang Chung	1. Devil inside	INXS
2. All the love in the world	Outfield	2. Need you to night	INKS
3. Notorius	Duran Duran	3. Fast car	Tracy Chapman
4. Hip to be square	Huey Lewis & The News	4. I got you babe	UB40 & Chrissie Hynde
5. La isla bonita	Madonna	5. Faith	George Michael
6. Who's that girl	Madonna	6. Simply irresistable	Robert Palmer
7. Nothing's gonna stop us now	Starship	7. Angel	Aerosmith
8.Got my mind set on you	George Harrison	8. Red red wine	UB40
9. Sara	Starship	9. Desire	U2
10. Don't dream is over	Crowed House	10. New sensation	INXS
11.With or without	U2	11. Perfect World	Huey Lewis & The News
12. I still haven't found what I´m looking for	U2	12. Don't be cruel	Cheap Trick
13. I want your sex	George Michael	13. Everything your heart desires	Hall & Oates
14. Notorious	Duran Duran	14.Say you will	Foreigner
15.Luka	Suzanne Vega	15. Will be together	Sting

El orden en que aparecen las canciones no corresponde a su lugar en índices de popularidad. Se trata solamente de un listado de canciones programadas en las emisoras especializadas en rock y *pop* en inglés durante esos años.

CUADRO 73. LISTA DE POPULARIDAD (1989)

Canción	Intérprete	Género
1. La incondicional	Luis Miguel	Balada
2. Orgullosa nena	Pablito Ruiz	Pop
3. Cachetada	Pablito Ruiz	Pop
4. Acelerar	Timbiriche	Pop
5. Louis	Franco de Vita	Pop
6. Simplemente amigos	Ana Gabriel	Balada
7. La Negra Tomasa	Los Caifanes	Pop*
8. Te amo	Franco de Vita	Pop
9. Oh, mamá, ella me ha besado	Pablito Ruiz	Pop
10. Cuéntame	Lucerito	Pop

Fuente: Elaborado con datos de *Notitas musicales,* 1989.

CUADRO 74. CANCIONES EN INGLÉS PROGRAMADAS EN LA RADIO DEL DF (1989)

Canción	Intérprete
1. Personal Jesus	Depeche Mode
2. Like a prayer	Madonna
3. She drives me crazy	Fine Young Cannibals
4. Hangin' Though	New kids on the black
5. Straight up	Paula Abdul
6. Love song	The Cure
7. Two hearts	Phil Collins
8. If you don't know me by now	Simply Red
9. I'll be loving you	New kids on the black
10. The living years	Mike + The Mechanics
11. The look	Roxette
12. You got it	New kids on the black
13. Cover girl	New kids on the black
14.Stand	REM
15. Listen to your heart	Roxette

El orden en que aparecen las canciones no corresponde a su lugar en índices de popularidad. Se trata solamente de un listado de canciones programadas en las emisoras especializadas en rock y *pop* en inglés durante ese año.

3.6. *Los noventa y siglo XXI: “piratería” y sobreoferta*

Como nunca antes, la década de los noventa en el siglo XX registró en el ámbito de la música popular-comercial una oferta de productos e intérpretes extraordinariamente abundante. Es tal la cantidad de estos productos en el mercado que dentro de algunos géneros, particularmente en el de *pop* en español, se produce una suerte de “sobreoferta” con música, grupos y cantantes muy similares entre sí que compiten por la preferencia de jóvenes y adolescentes aficionados a ese tipo de música.

En rigor, no hay una diferencia musical notable entre cantantes como Paulina Rubio y Thalía, entre Britney Spears y Christina Aguilera, o entre Ricky Martin y Enrique Iglesias, por citar sólo algunos casos. En tanto la música que interpretan este tipo de cantantes es muy similar entre sí, el instrumento principal en que se basan las empresas disqueras para tratar de colocar sus productos en el mercado no es de carácter estrictamente musical, sino visual, la “imagen” del intérprete. Como resulta difícil singularizar a un *estrella* a través de la música que canta se recurre a la “venta” de su aspecto físico para distinguirlo de otros que auditivamente son parecidos.

Los fabricantes de *estrellas* y hacedores de imagen se especializan en confeccionar cantantes solistas y grupos musicales a base de combinar características provenientes de antiguos arquetipos y modernos estereotipos. La belleza apolínea o venusina (de Venus, la diosa), la sensualidad “tierna” o sicalíptica, el comportamiento limpio, ordenado, o el coqueteo con la trasgresión, conforman, junto con fórmulas musicales ya probadas (regreso a los viejos boleros o canciones exitosas en otras décadas), o en boga dentro del mercado estadounidense, la base para fabricar *estrellas pop* mexicanas en los años noventa. El número de ellas, sumando a las exitosas y a las fallidas, es enorme.

En esta labor de confección donde también cuenta, desde luego, el talento o la ausencia de éste por parte de quienes aspiran al estrellato musical, los fabricantes de figuras de la canción se inclinan en algunos casos por el lado “limpio” para configurar la imagen del intérprete musical, y en otros experimentan con la

trasgresión, si bien de carácter “ligero”, controlada y planificada, con el fin de no escandalizar a las buenas conciencias (o escandalizarlas moderadamente) y tener acceso a unos medios todavía caracterizados por el moralismo. Así, surgen hacia el final de los ochenta y el primer lustro de los noventa cantantes que siguen estos dos paradigmas: Gloria Trevi, cuya imagen retoma el modelo de Madonna, la cantante pop internacional más exitosa de la época, quien exalta la sensualidad sicalíptica y la trasgresión; Lucero, ubicada en la antípoda, una cantante *pop* “limpia”, bonita, bien portada; Bibí Gaytán, intérprete de sensualidad “tierna”; y Alejandra Guzmán, “transgresora *light*”, igual que Trevi.

Como nunca antes el circuito de consumo mediático se emplea para colocar en el mercado la imagen y las grabaciones de las estrellas *pop*. El éxito de Gloria Trevi en el primer lustro de los noventa es ilustrativo: casi un disco por año, *hits* continuos en la radio (“Doctor psiquiatra”, “Pelo Suelto”, “La papa sin catsup”, “El recuento de los daños”, “Tu ángel de la guarda”, entre otros), dos películas, calendarios que la transformaron en icono sexual (se publicaron de 1992 a 1997) y apariciones constantes en televisión. El circuito mediático perfectamente cubierto.

Pero si de cobertura en el circuito mediático y de construcción de imagen se trata, seguramente el producto mejor elaborado al comenzar el siglo XXI fue el grupo *Rebelde* o *RBD*, fabricado a raíz del éxito logrado por la telenovela del mismo nombre, producida por Televisa. Basada en una historia de jóvenes preparatorianos, la telenovela, que comenzó a transmitirse en 2004, construyó una idea de la “rebeldía” absolutamente funcional respecto de los valores dominantes en la sociedad mexicana. Los jóvenes que en ella aparecían eran “rebeldes” en cuanto a su vestimenta: algunos miembros del elenco se aproximaban a la apariencia de *punketos*, aunque sumamente “limpios” y sin llegar, por supuesto, a poseer la agresividad que distingue a esa corriente, ni en la forma de vestir ni mucho menos en la de actuar. Era una imagen de “transgresión *light*”, una “rebeldía” controlada y susceptible de ser transformada en producto comercial. La imagen de estos “rebeldes” fue tan atractiva que el productor de la telenovela, Pedro Damián, decidió formar un “grupo musical” con los seis

principales integrantes del elenco y realizar con ellos grabaciones musicales y giras de conciertos por México, América Latina y el sur de Estados Unidos; un grupo musical similar a los creados por Televisa durante las dos décadas anteriores en donde los integrantes no ejecutan ningún instrumento y hacen *play back* durante sus presentaciones. El grupo *RBD* (*Rebelde*) realizó su primera grabación en 2005 y de inmediato, gracias a una sólida promoción mediática, alcanzó lugares destacados en las listas de popularidad con el apoyo de reportajes, entrevistas y portadas en medios impresos, difusión de sus canciones en radio y el sostenimiento al aire de la telenovela, cuyo número de capítulos se extendió para hacerla durar dos años: concluyó en junio de 2006, año en que fue lanzado un cómic basado en los personajes de *Rebelde*.[43]

3.6.1*. El costo de la imagen*

En el caso de la industria discográfica, el incremento en los gastos de promoción y venta de imagen de los intérpretes musicales tiene un efecto pernicioso: el aumento en el precio de las grabaciones. Para los primeros años del siglo XXI se calculaba que fabricar y distribuir un disco costaba aproximadamente dos dólares, pero promoverlo podía costar de tres a diez dólares.[44] La consecuencia fue que el precio de los discos se multiplicó durante la década de los noventa y continuó en los primeros años del siglo XXI. En tanto las empresas discográficas tenían dificultades para hacer que sus intérpretes se distinguieran por sus características musicales, se vieron obligadas a poner el acento en la parte de visual de la promoción: material gráfico, presentaciones en TV, reportajes y entrevistas en

---

[43] Un *fan* de RBD, el columnista de negocios, Carlos Mota, escribió entusiasmado: “RBD es el paradigma de los productos que rebasan a quienes los crean: cultivan valores, modifican conductas y, por encima de todo, definen generaciones. RBD es el resultado del ejercicio intelectual del productor Pedro Damián y del talento meticulosamente seleccionado de parte de Televisa. Los jóvenes que personifican a Roberta, Miguel, Lupita, Giovanni, Mía y al joven Bustamante son todo, menos obra de la casualidad y del artificio. De hule nada tienen. No es gratuito que Google arroje cerca de 8.8 millones de resultados en su búsqueda... Cuando la revista *Expansión* le dio la portada a RBD se habían vendido dos millones de copias de sus discos. Hoy se han rebasado los tres millones... Millones de consumidores, principalmente jóvenes, concentran sus aspiraciones en la música, caracteres y comportamientos de los heterogéneos integrantes del grupo. Televisa debe premiar a Damián por esta ejecución magistral...”. Véase *Milenio Diario*, columna Cubículo Estratégico, 27 de abril de 2006, p. 3.

[44] Véase Antulio Sánchez, “La muerte del disco compacto” en *Milenio Diario*, 25 de junio de 2002, p. 46.

medios impresos, construcción de una página web oficial con profusión de fotos "exclusivas", *videoclips*, todo ello sin descuidar, por supuesto, el instrumento base de la promoción durante años: la difusión radiofónica del producto.

Sin duda, el incremento en el precio de los discos fue uno de los principales detonadores de la *piratería* de materiales fonográficos que inundó el mercado a partir de los años noventa. Para 2005, en la Ciudad de México, un disco original o de "marca" costaba 120 o 150 pesos (incluso más), mientras que su réplica *pirata* fluctuaba entre 10 o 15 pesos. En 2002, la Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas y Videogramas (AMPROFON) aseguraba que en México seis de cada diez discos vendidos eran *pirata*; asimismo, revelaba la existencia en el Distrito Federal de 54 mil puestos callejeros donde se vendía ese material.[45] Según la propia AMPROFON, la *piratería* había hecho perder a la industria legal en 2002 más de 300 millones de dólares, mientras que la Hacienda Pública Federal habría dejado de cobrar 80 millones de pesos al transferirse hacia los *piratas* del disco (que no pagan impuestos) las ganancias que la industria legal dejó de percibir.[46] En 2002, según datos de la Federación Internacional de la Industria Fonográfica, México ocupaba el segundo lugar dentro de la *piratería* mundial, sólo detrás de Rusia y con China como acompañante inmediato. En 2004, había bajado al tercer sitio, detrás de Brasil y China, líderes en ese momento de la *piratería* internacional.[47]

De esta manera, en un contexto de abundancia en el número de intérpretes y de aumento en los gastos para hacerlos competir en el mercado a causa de la similitud entre las ofertas musicales, así como de la disminución de ventas legales a causa de la *piratería*, las casas discográficas optaron por disminuir sus elencos musicales a partir de 2002. Ese año Marco Bissi, presidente de Universal Music

---

[45] *Milenio Diario*, 26 de agosto de 2002, p.18.
[46] *Ibidem*.
[47] "México entre los tres primeros de 'piratería musical'", en www.radionotas.com, fecha de consulta 26 de julio de 2004.

México, aseguró que en el país "todas las empresas (discográficas) han reducido el número de sus artistas de 50 o 60 a entre 25 y 30".[48]

3.6.2 *Gruperos y charros* pop

A pesar de los recortes en los elencos realizados por las empresas discográficos, el número de intérpretes musicales durante el segundo lustro de los noventa y los primeros años del siglo XXI se mantuvo sumamente elevado. El listado de nombres que colocaron *hits* en las listas de popularidad es probablemente mayor al de otras décadas. En esto influye, seguramente, el hecho de en muchos casos los intérpretes son adolescentes o incluso niños que lograron conseguir una canción en las listas y quedaron registrados en ellas, pero su trayectoria musical fue corta, desaparecieron rápidamente. Asimismo, un rasgo distintivo de los años noventa y el primer lustro del siglo XXI es que a diferencia de anteriores décadas las listas se especializan. Si en los años sesenta, setenta o aun los ochenta las revistas interesadas en publicar listas de popularidad hacían una solo *ranking* donde se incluían canciones de diversos géneros, en los noventa empiezan a hacerse listados de *hits* por especialidad, principalmente para los géneros que gozan de mayor preferencia entre los consumidores: *pop* en español, *pop* y rock en inglés, música "tropical", música "ranchera" y el nuevo estilo musical que se consolida precisamente en esa década, la música "grupera".

---

[48] Véase Fernando Mejía Barquera, "Piratería, 'estrellas' que se apagan", en *Milenio Diario*, 1 de febrero de 2002, p. 38. La medida de recortar elencos no afectó sólo a las empresas mexicanas o a las filiales de las grandes disqueras transnacionales en el país. El mercado internacional también registró esos recortes; el caso más sonado fue el de la cantante estadounidense Mariah Carey cuyo contrato con EMI Music fue cancelado en enero de 2002 ante el riesgo de acumular pérdidas millonarias. Carey tenía el compromiso de grabar cuatro discos con EMI por un pago de 80 millones de dólares. Recibió 26 millones al firmar el contrato y grabó el álbum *Glitter*. La intérprete neoyorquina había ocupado el primer lugar internacional al vender más de 150 millones de copias en todo el mundo durante la década de los noventa cuando grababa para Sony. Sin embargo, *Glitter*, su primera grabación con EMI, resultó un fracaso: sólo vendió 2 millones de copias en el planeta. El análisis de EMI fue que Carey no podría competir en los años siguientes con cantantes *pop* más jóvenes como Britney Spears, Christina Aguilera o Beyoncé y prefirió pagarle 28 millones de dólares como indemnización para dejar sin efecto el contrato. EMI Music reveló haber perdido 10 millones de dólares durante el proceso publicitario y mercadotécnico para promover el álbum *Glitter* de Mariah Carey.

Los cuadros del 75 al 90 ilustran, a pesar de que no incluyen todos los años comprendidos entre 1991 y 2005, la gran cantidad de intérpretes musicales que desfilaron por las listas de popularidad mexicanas durante ese periodo; son, al igual que en décadas anteriores, a partir de los años sesenta, intérpretes mexicanos, colombianos, españoles, argentinos, venezolanos e italianos, estos últimos con versiones en español para ingresar al mercado mexicano.

Por el lado del *pop* en español, los años noventa vieron pasar en las listas a veteranos como Juan Gabriel y Emmanuel, a jóvenes que habían iniciado su trayectoria en los ochenta, como Luis Miguel, y por supuesto el debut de nuevos cantantes: Gloria Trevi, Lucero, Alejandra Guzmán, Thalía, Paulina Rubio, Christian Castro, Alek Syntec, la colombiana Shakira, el español Enrique Iglesias, los puertorriqueños Ricky Martín y Chayanne (ambos con experiencia ochentera en grupos infantiles), el guatemalteco Ricardo Arjona, el italiano Tiziano Ferro, el español Alejandro Sanz y en los primeros años del siglo XXI la ex roquera derivada hacia el *pop* Julieta Venegas. En cuanto a los grupos destacan por los lugares alcanzados en las listas *Café Tacuba*, *Jaguares*, entre los cercanos al rock, junto con un montón de agrupaciones declaradamente *pop*: *La Oreja de Van Gogh*, de España; *Kabah*; *Sentidos Opuestos*; *Sin bandera*; etcétera, varios de ellos con vida efímera a pesar del apoyo en promoción recibido por sus disqueras. Por supuesto, los grupos que interpretan otros género musicales, como ska, rap, reggae o rock en cualquiera de sus variantes, no aparecen en las listas (salvo en casos de excepción, como el de Molotov), aunque encuentran un buen espacio de expresión a través de la emisora de FM Órbita 105.7 del Instituto Mexicano de la Radio. En el ámbito del pop-rock en inglés llama la atención ver en una misma lista a grupos de calidad como *Depeche Mode*, *INXS* o *U2* y agrupaciones *light* como *Spice Girls*.

Fenómeno peculiar de los años noventa, que se extiende hasta el primer lustro del siglo XXI, es la irrupción de la música grupera, en cuyas listas de popularidad se entremezclan intérpretes cuyo origen está en la cumbia o el vallenato, como *La Tropa Vallenata*, *Los Vallenatos*, o el grupo de Iztapalapa, DF, *Los Ángeles*

Azules; agrupaciones que tienen su raíz en la música norteña mexicana, por ejemplo *Los Tigres del Norte*, grupos cercanos al *pop*, como *Límite* con su cantante Alicia Villarreal; y conjuntos "*techno* gruperos" como *Los Tucanes de Tijuana*, *El mexicano* o *Banda Machos*. El éxito de la música grupera en los años noventa permite, como veremos en el siguiente capítulo, que varias radiodifusoras de la Ciudad de México, entre ellas "La Z" –considerada la más escuchada a partir de 1997--, adopten ese género musical como base de su programación. Asimismo, ex baladistas de los años setenta y ochenta, como Joan Sebastian y Marco Antonio Solís, ex líder del grupo *Los Bukis*, deciden dar un giro hacia la música grupera.

Finalmente, algo que llama la atención en la evolución de la música popular-comercial de la última década del siglo XX y el primer lustro del XXI es la virtual desaparición del charro cantor tradicional: "recio", de voz grave y ademanes "bravíos". Quizá el último ejemplar de esa estirpe haya sido Vicente Fernández, todavía con algunos *hits* en las listas durante los noventa. Los cantantes que visten el traje de charro en los años noventa y en la entrada del siglo XXI se acercan a la figura del intérprete *pop*. Lo que cantan Alejandro Fernández, Pablo Montero, Pedro Fernández o Pepe Aguilar (estos dos últimos con éxitos de música *pop* en los ochenta y los noventa), así como su indumentaria y su aspecto físico, se alejan de la canción ranchera y del estereotipo del "charro cantor". Son una suerte de "charros *pop*", que ya no interpretan rancheras, sino boleros, canciones *pop* y baladas con acompañamiento de mariachi. Con el inicio del siglo XXI pareció hacerse realidad por fin el intento de crear un nuevo prototipo de charro, algo que a finales de los años setenta la disquera Orfeón había tratado de realizar, aunque sin éxito, a través del cantante Fernando Allende.[49] En el primer lustro del siglo XXI, el nuevo charro, el "charro pop", ya prácticamente sin reminiscencias campiranas, más identificable con el público urbano, de aspecto "más refinado", "más guapo y alto", parecía estar en el camino de desplazar al charro tradicional.

---

[49] Sobre el intento de la disquera Orfeón en el sentido de crear un nuevo prototipo del charro a través del cantante Fernando Allende, véase la nota de pie de página número 67 en el Capítulo I de este trabajo.

Incluso el cantante de *pop* y boleros reciclados, Luis Miguel, lanzó al mercado, a finales de 2004, un disco de “ranchero”, llamado “México en la piel”, con acompañamiento del Mariachi Vargas de Tecalitlán y para promover su venta se vistió de charro.[50]

Hemos expuesto en este capítulo cuáles han sido los géneros musicales, las canciones y melodías, así como los intérpretes que, de acuerdo con las fuentes consultadas, fueron favoritos del público radioescucha en la Ciudad de México durante el periodo 1944-2005. Queda por exponer en qué estaciones de radio específicamente se han difundido los diferentes géneros identificables dentro de lo que hemos llamado música popular-comercial. Falta, asimismo, relatar y analizar la manera en que el cuadrante radiofónico capitalino se ha modificado en términos cuantitativos y cualitativos, es decir, cómo se ha incrementado el número de estaciones a través del tiempo y cómo esas radiodifusoras han modificado reiteradamente su programación, especialmente por razones de conveniencia económica. La exposición de esos dos temas, además del relativo a las preferencias musicales de los radioescuchas de México DF en la actualidad, constituyen el objetivo del siguiente capítulo.

---

[50] Despacho de la agencia Notimex, 2 de agosto de 2004: “En una época en la que se intercambian a cada rato los papeles y los rancheros cantan pop, los poperos cantan ranchero y hasta grupero, Luis Miguel no quiere quedarse atrás y llevará a un disco lo que ha acostumbrado a hacer en sus conciertos desde hace varios años: cantar ranchero”.

CUADRO 75. LISTA DE POPULARIDAD
1994
(*Pop* en español)

Canción	Intérprete
1. Amor	Mijares
2. La media vuelta	Luis Miguel
3.Siempre contigo	Lucero
4. Mi forma de sentir	Pedro Fernández
5. Lentamente	Juan Gabriel
6. Realmente no estoy tan solo	Arjona
7. Mañana	Cristian Castro
8. Quiero un beso	Emmanuel
9. Tal vez	Marta Sánchez
10. Tu libertad	Magneto
11. Pasa la vida	Alejandra Guzmán
12. El recuento de los daños	Gloria Trevi
13. No te pareces a mí	Ricardo Montaner
14. Me haces tanto bien	La siguiente página
15. Quiero	Paty Manterola

Fuente: *El Universal*, 26 de diciembre de 1994.

CUADRO 76. "*TOP TE*N POR TOCADAS"
1996
(Pop en español)

Canción	Intérprete	Tocadas en el año	Total radioescuchas
1. Dile que la amo	Kairo	2 625	314 159 782
2. Estoy aquí	Shakira	2 612	320 956 841
3. Mi historia entre tus dedos	Gianluca Gragnani	2 496	269 218 213
4. Me quedaré solo	Amistades peligrosas	2 245	253 559 215
5.Dónde estás corazón	Shakira	2 167	261 031 542
6. La cosa más bella	Eros Ramazzotti	2 117	216 980 252
7. Por amarte	Enrique Iglesias	2 091	246 658 087
8.Detrás de los cerros	Jaguares	2 029	185 462 365
9. Dame	Luis Miguel	2 023	215 702 171
10. La mujer que amas	Pedro Fernández	2 007	191 259 580

Fuente: Marketing Information, reproducido en *El Universo de la Radio*, no. 4, invierno-primavera de 1997,

CUADRO 77. "*TOP TEN* POR TOCADAS"
1996
(Pop-rock en inglés)

Canción	Intérprete	Tocadas en el año	Total radioescuchas
1. Missing	Everything but the girl	1 514	176 782 644
2. You learn	Alanis Morrissette	1 118	106 171 652
3. Ironic	Alanis Morrissette	1 115	102 808 859
4. Stupid girl	Garbage	1 088	105 161 793
5. All right	Double Vission	1 070	199 587 234
6. First love	George Michael	1 011	97 188 758
7. Lucky love	Ace of base	894	160 548 519
8. Sheme shake	740 boys	890	167 940 341
9. La luna	The Ethics	879	142 392 462
10 . I love to love	La Bouche	872	163 443 003

Fuente: Marketing Information, reproducido en *El Universo de la Radio*, no. 4, invierno-primavera de 1997,

CUADRO 78. "*TOP TEN* POR TOCADAS"
1996
(Grupero)

Canción	Intérprete	Tocadas en el año	Total radioescuchas
1. Enamorado de un fantasma	Liberación	2 063	241 110 048
2. Los caminos de la vida	La Tropa Vallenata	2 046	201 737 725
3. Muchacha encantadora	Los Vallenatos	1 781	172 653 474
4. Cómo te voy a olvidar	Los Ángeles Azules	1 779	172 821 162
5. No voy a llorar	Grupo Ilusión	1 728	182 864 182
6 Te aprovechas	Grupo Límite	1 633	164 163 237
7. Cuestión olvidada	Los Tigres del Norte	1 584	125 054 620
8. El príncipe	Grupo Límite	1 514	138 961 926
9. Qué pena me das	Marco Antonio Solís	1 410	116 808 257
10. Chiquita bonita	Banda Machos	1 385	132 540 889

Fuente: Marketing Information, reproducido en *El Universo de la Radio*, no. 4, invierno-primavera de 1997,

CUADRO 79. "*TOP TEN* POR TOCADAS"
1996
(Ranchero)

Canción	Intérprete	Tocadas en el año	Total radioescuchas
1. Como quien pierde una estrella	Alejandro Fernández	3 311	268 464 010
2. Cariño	Lucero	913	49 917 622
3. Ebrio de amor	Ezequiel Peña	883	39 436 139
4. Amor prisionero	Raúl Hernández	729	32 796 360
5. Quién	Pedro Fernández	683	50 267 725
6. Obertura mexicana	Las Tres Señoras	661	21 411 836
7. Tu enamorado	Mijares/Pedro Infante	655	28 277 423
8. Dicen que los hombres	Pedro Fernández	646	33 683 300
9. Libro abierto	Angela Carrasco/Juan Gabriel	522	36 652 007
10. Siempre hace frío	Selena	508	20 924 480

Fuente: Marketing Information, reproducido en *El Universo de la Radio*, no. 4, invierno-primavera de 1997,

CUADRO 80. "*TOP TEN* POR TOCADAS"
1996
(Tropical)

Canción	Intérprete	Tocadas en el año	Total radioescuchas
1. Me enamoré	Anthony Santos	2 443	289 907 067
2. Agua de vida	Perla colombiana	1 765	203 325 656
3. Medicina de amor	Grupo Daikiry	1 621	193 325
4.El ratón vaquero	International Sonora Show	1 035	99 436 052
5. Hasta el cielo lloró	Grupo Cañaveral	1 003	119 136 843
6. Me duele perderla	El Poder Vallenato	948	48 215 215
7. Niño majadero	Lisandro Meza	870	77 340 112
8. Contigo una y otra vez	Grupo Curramba	821	112 274 200
9. Eres mi canción	Rubén Blades	688	39 057 171
10. Chupacabras	New York Band	668	83 091 183

Fuente: Marketing Information, reproducido en *El Universo de la Radio*, no. 4, invierno-primavera de 1997,

CUADRO 81. "*TOP TEN* POR TOCADAS"
Enero-junio 1997
(Pop en español)

Canción	Intérprete	Tocadas en el semestre
1. Antología	Shakira	2 048
2. No rompas mi corazón	Caballo Dorado	1 935
3.Mírame	Sentidos Opuestos	1 842
4. Vivimos siempre juntos	Nacho Cano	1 640
5. Tácticas de guerra	Lucero	1 638
6. Vive	Kabah	1 637
7. Sin tí	Alex Syntek/Gente Normal	1 576
8.Enamorado por primera vez	Enrique Iglesias	1 548
9. Sé que no volverás	Diego Torres	1 534
10. El destino	Juan Gabriel/Rocío Dúrcal	1 528

Fuente: Marketing Information, reproducido en *El Universo de la Radio*, no. 5, verano-otoño de 1997.

CUADRO 82. "*TOP TEN* POR TOCADAS"
Enero-junio 1997
(Grupero)

Canción	Intérprete	Tocadas en el semestre
1. La chona	Los Tucanes de Tijuana	1 637
2. Cómo te voy a olvidar	Los Ángeles Azules	1 509
3. Tatuajes	Joan Sebastián	1 410
4.Juguete	Grupo Límite	1 289
5. Ya me voy para siempre	Los Temerarios	1 256
6. Chiquita bonita	Banda Machos	1 215
7. Al norte del corazón	Lidia Cavazos	1 158
8. Perdóname	Chon Arauza	1 150
9. El príncipe	Grupo Límite	1 104
10. Piensa en mí	Grupo Mojado	1 083

Fuente: Marketing Information, reproducido en *El Universo de la Radio*, no. 5, verano-otoño de 1997,

CUADRO 83. “*TOP TEN* POR TOCADAS”
Enero-junio 1997
(Ranchero)

Canción	Intérprete	Nacionalidad	Tocadas en el semestre
1. Fueron tres años	Pedro Fernández	Mexicana	1 488
2. Nube viajera	Alejandro Fernández	Mexicana	1 046
3. Te sigo amando	Juan Gabriel	Mexicana	991
4. Con mariachi	Liberación	Mexicana	897
5. No te voy a perdonar	Vicente Fernández	Mexicana	642
6. Uqine pierde más	Bronco	Mexicana	621
7. Mpño Negro	Alejandro Fernández	Mexicana	550
8. Abrázame	Alejandro Fernández	Mexicana	479
9. Como amantes	Raúl Hernández	Mexicana	422
10. No quieren que te quiera	Lorenzo Antonio	Mexicana	387

Fuente: Marketing Information, reproducido en *El Universo de la Radio*, no. 5, verano-otoño de 1997,

CUADRO 84. “*TOP TEN* POR TOCADAS”
Enero-junio 1997
(Tropical)

Canción	Intérprete	Tocadas en el semestre
1. Sentimientos	Charlie Zaa	875
2. Aunque me duela perderte	Alfredo Gutiérrez	706
3.Alma sin rumbo	Perla Colombiana	608
4. Vuelvo a sentir	Grupo Cañaveral	511
5. Sangre caliente	Perla Colombiana	419
6. Niño majadero	Lisandro Meza	385
7. Canelita	Los Askis	389
8. Baile de la botella	Joe Luciano	378
9.Tanto que te canto	Los Cañaguateros	362
10. La paisana	El Poder Vallenato	361

Fuente: Marketing Information, reproducido en *El Universo de la Radio*, no. 5, verano-otoño de 1997,

CUADRO 85. “*TOP TEN* POR TOCADAS”
Enero-junio 1997
(Pop-rock en inglés)

Canción	Intérprete	Tocadas en el semestre
1. Wanna be	Spice girls	1 598
2. Don´’t speak	No doubt	1 113
3. Lemon Tree	Fool’s Garden	1 111
4.One head light	Will flowers	814
5. Discoteque	U2	793
6. The game is over	Lady G	751
7. Don’t cry for me Argentina	Madonna	728
8. One more time	Real Mc Coy	699
9. It’s no good	Depeche Mode	638
10. Eleglantly wasted	INXS	637

Fuente: Marketing Information, reproducido en *El Universo de la Radio*, no. 5, verano-otoño de 1997.

CUADRO 86. "CANCIONES FAVORITAS EN ESPAÑOL*
(1998)

Canción	Intérprete	Porcentaje de votación
1. Amiga mía	Alejandro Sanz	10
2.Dime que no	Ricardo Arjona	6
3. Si tú supieras	Alejandro Fernández	5
4. Corazón partío	Alejandro Sanz	5
5. La mentira	Vicente Fernández	5
6. Contigo	Luis Miguel	5
7. Otros	--	64

Fuente: *Reforma*, 31 de diciembre de 1998, p. 4E.
* Simultáneamente a la realizada para determinar las canciones favoritas en español, *Reforma* hizo una encuesta para determinar las "peores" de 1998. El resultado fue el siguiente: 1) "Puto", con *Molotov*; 9%; 2) "Gotita de amor", con Tatiana, 8%; 3) "Camila", con Eduardo Capetillo, 7%; 4) "Yo por él", con Irán Castillo, 7%; 5) "Amor a la mexicana", con Thalía, 6%. Todas ellas tuvieron amplia difusión a través de la radio.

CUADRO 87. CANCIONES FAVORITAS EN INGLÉS
(1998)

Canción	Intérprete	Porcentaje de votación
1. My heart will go on	Céline Dion	21
2. I don't want to miss a thing	Aerosmith	14
3. As long as you love me	Back Street Boys	12
4.Truly madly deeply	Savage Garden	6
5.Otras	--	47

Fuente: *Reforma*, 31 de diciembre de 1998, p. 4E.
* Simultáneamente a la realizada para determinar las canciones favoritas en inglés, *Reforma* hizo una encuesta ara determinar las "peores" de 1998. El resultado fue el siguiente: 1) "Too much", con *Spice girls*, 23%; 2) "Barby gir"l, con *Aqua*, 12%; 3) "As long as you love me", con *Back Street Boys*, 6%; 4) "Truly madly deeply", con *Savage Garden*, 6%. Curiosamente estas dos últimas también estuvieron incluidas en las lista de la mejores.

CUADRO 88. *TOP TEN*, POP EN ESPAÑOL
(2003)

Canción	Intérprete
1. Tal vez	Ricky Martin
2. Te lo pido por favor	Jaguares
3. El problema	Ricardo Arjona
4. No es lo mismo	Alejandro Sanz
5. Un siglo sin ti	Chayanne
6. Te necesito	Luis Miguel
7. Fotografía	Juanes y Nelly Furtado
8. Mientes tan bien	Sin Bandera
9. Rosas	La Oreja de Van Gogh
10. Amor real	Sin Bandera

Fuente: Elaborado con información de www.radiodifusion.com, listados "México Top 100" correspondientes a 2003.

CUADRO 89. "*TOP TEN*, POP EN ESPAÑOL"
(2004)

Canción	Intérprete
1. Andar conmigo	Julieta Venegas
2. Miedo	Pepe Aguilar
3. Mientes tan bien	Sin Bandera
4. Un siglo sin ti	Alejandro Sanz
5. Te necesito	Luis Miguel
6. Rosas	La Oreja de Van Gogh
7. Desde que llegaste	Reyli
8.. Te quise tanto	Paulina Rubio
9. Eres	Café Tacuba
10. Tardes negras	Tiziano Ferro

Fuente: Elaborado con información de www.radiodifusion.com, listados "México Top 100" correspondientes a 2004.

CUADRO 90. "*TOP TEN*, POP EN ESPAÑOL"
(2005)

Canción	Intérprete
1. La tortura	Shakira y Alejandro Sanz
2. Volverte a ver	Juanes
3. La camisa negra	Juanes
4. No	Shakira
5. Amor del bueno	Reyli Barba
6. Yo quisiera	Reik
7. Nada valgo sin tu amor	Juanes
8. Amar sin ser amada	Talía
9. Muriendo lento	Moderatto y Belinda
10. Nuestro amor (es así)	RBD

Fuente: Elaborado con información de www.radiodifusion.com, listados "México Top 100" correspondientes a 2005..

CAPITULO IV

CUADRANTE INESTABLE*

Desde el inicio de la actividad radiofónica en México DF el cuadrante capitalino ha sido inestable, sufrido cambios de diverso tipo. Las emisoras que históricamente han transmitido desde la capital del país experimentaron en varios periodos transformaciones a veces radicales y en ocasiones moderadas. Algunas sufrieron el cambio más radical que alguien o algo pueda tener: desaparecieron. Otras cambiaron de frecuencia y casi todas, al menos en una ocasión, decidieron modificar su formato, su tipo de programación.

Primero se produjo en el cuadrante capitalino la inestabilidad numérica propia del crecimiento económico registrado en la industria radiofónica través de varias décadas, el cual generó un incremento constante en la cantidad de estaciones existente. La banda de AM, primera que fue empleada en el país, inició sus operaciones en la década de los veinte, en el siglo pasado, con menos de una decena de emisoras en la Ciudad de México; sin embargo, para finales de los cincuenta estaba ya prácticamente saturada con más de treinta frecuencias ocupadas. Luego llegaron las transformaciones tecnológicas. En los años cincuenta se empezó a utilizar la banda de FM que fue creciendo durante los sesenta y los setenta hasta superar en audiencia, en el segundo lustro de los ochenta, a la de AM. Finalmente, se produjeron en los años noventa y en el inicio del siglo XXI cambios ocasionados por la crisis económica que vivió la industria radiofónica al disminuir su captación publicitaria, situación que obligó a varias estaciones a modificar su programación con el fin de hacerla más atractiva para los anunciantes; esto marcó el final de varias tradiciones radiofónicas que se

---

* Los objetivos de este capítulo son: 1) analizar el desarrollo histórico del cuadrante radiofónico de la Ciudad de México en términos cuantitativos (crecimiento en el número de estaciones en las bandas de AM y FM) y cualitativos (cambios de programación –musical o “hablada”— que han tenido las emisoras); 2) analizar, a través de información estadística, las preferencias de los radioescuchas de México DF en relación a los diferentes géneros identificables dentro de la música popular-comercial.

habían gestado y desarrollado décadas atrás, pues emisoras que habían transmitido determinado tipo de programación durante muchos años tuvieron que modificarla para continuar siendo competitivas en el mercado.

La radio tiene un vínculo muy estrecho con tradiciones y costumbres que se desarrollan en determinados grupos sociales y con historias personales que son alteradas cuando una emisora cambia de programación. El devenir de la radio en México DF es rico en ese tipo de casos. Por ejemplo, durante el segundo lustro de los sesenta y durante los años setenta y ochenta, existió en la radio del Distrito Federal una tríada de emisoras cuya existencia fue fundamental en la vida de, al menos, tres generaciones de aficionados al rock: “Radio Capital” (1260 de AM), “Radio Éxitos” (790 de AM) y “Radio 590, La Pantera” (590 de AM). Al modificarse la programación de las tres emisoras a finales de los años ochenta y principios de los noventa, esos roqueros vieron con nostalgia esfumarse una tradición radiofónica que habían seguido desde su adolescencia.[1]

A veces, la desaparición de un determinado tipo de programación en alguna emisora, o la inclusión en ella de contenidos que el público habitual no considera apegados a la tradición de la radiodifusora, han provocado que los radioescuchas protesten de manera organizada o improvisada.

Un ejemplo de lo anterior es la desaparición de Radio Infantil, que durante ocho años –de 1983 a 1991— transmitió programación dirigida a los niños y cuyo cambio de formato para convertirse en difusora de “música tropical” generó protestas y algunos mítines por parte de padres y madres de familia que, acompañados de sus hijos, exigían la reapertura de la emisora. Otro caso es el de Radio Educación, que en 1983, por disposición de su entonces director, Héctor Murillo Cruz, difundió programas que a juicio de un sector de radioescuchas no correspondían a los objetivos culturales y educativos de la emisora, por lo que en 1984 se creó la Asociación de Radioescuchas de Radio Educación cuya principal demanda era que la estación se apegara a las directrices señaladas en el Acuerdo

[1] Como habremos de ver más adelante, “Radio 590, La Pantera” tuvo todavía algunas resurrecciones a finales de la década de los noventa y aun en el siglo XXI, pero “Radio Capital” y “Radio Éxitos” murieron definitivamente.

21, documento emitido en 1978 por la Secretaría de Educación Pública (SEP), y en el que se indican las objetivos que debe cumplir esa emisora.[2]

Un caso más reciente es el de XELA, que desde su fundación, al inicio de los años cuarenta del siglo XX, había transmitido "música clásica", tradición que se perdió el 2 de enero de 2002 cuando cambió su programación y se convirtió en una radiodifusora especializada en deportes. El cambio provocó que un grupo de radioescuchas habituales formara el Comité de Rescate de la XELA con la intención de luchar por la reposición del formato basado en "música clásica", objetivo que, por cierto, fracasó. Y otro caso es el de la emisora de rock Radio Activo 98.5, cuya salida del aire, en mayo de 2004, cuando fue sustituida por un formato de "todo noticias", generó protestas por parte de sus radioescuchas, varios de ellos estudiantes universitarios que encontraron en la elaboración de trabajos académicos, en donde se analizaban las causas del retiro de Radio Activo, una forma de registrar su descontento.

Por supuesto, no todos los cambios registrados en el cuadrante radiofónico del DF han suscitado debate o protestas; la mayoría de esas transformaciones fueron "silenciosas" y no generaron impugnaciones debido a que se produjeron en emisoras que tenían escasa audiencia o no habían logrado formar una tradición en la radio. Y es que, sobre todo en los años noventa, han existido casos de frecuencias que difunden determinada programación y la cambian en menos de un mes. Probablemente el récord como el "concepto radiofónico" con menor tiempo de duración al aire lo tiene "Morena 590", basado en programación de música ranchera, que el 1 de julio de 2002 ocupó la frecuencia de 590 kilohertz en sustitución de "Radio 590, La Pantera", pero duró menos de 30 días en operación, pues el 2 de

[2] El Acuerdo 21 fue expedido el 22 de noviembre de 1978 y señala básicamente tres objetivos para Radio Educación: 1) Apoyar, a través de la radio, la enseñanza a cargo de la SEP, especialmente la enseñanza abierta; 2) Promover y difundir programas de interés cultural y cívico; y 3) Transmitir programas que tiendan al mejoramiento del nivel cultural de la población y que fomenten la propiedad del idioma nacional. Los programas que a juicio de los radioescuchas no se apegaban a los objetivos de la estación eran, entre otros, los noticiarios de la agencia Notimex, que se contraponían a los elaborados en Radio Educación, que contaba con su propio departamento de noticias, las sesiones del Senado de la República, que desplazaban programas culturales y educativos producidos en la estación, y los *spots* de la entonces empresa paraestatal Aeroméxico, que contravenían el carácter no comercial de la radiodifusora.

agosto de ese año fue sustituido a su vez por "Estadio 590", programación basada en deportes.

Las ocho décadas de radio en México nos muestran una historia conformada por estaciones que desaparecieron sin dejar registro auditivo de su paso por el cuadrante radiofónico y de cuya existencia sólo sabemos por referencias escritas en la prensa y los libros; una historia, esa sí con huella auditiva, de tradiciones radiofónicas que permanecieron décadas al aire y un día, abruptamente, concluyeron; pero también una historia de conceptos radiofónicos que nunca lograron echar raíz en el cuadrante y pasaron por él con escaso o nulo aporte.

En las siguientes páginas intentaremos un recuento general de los cambios registrados en el cuadrante radiofónico del Distrito Federal a lo largo de ocho décadas. Por supuesto, no perdemos de vista que el objetivo de este trabajo es la música en la radio de la Ciudad de México, por lo que pondremos el acento en los cambios de programación musical registrados en las emisoras. Sin embargo, es necesario hacer la siguiente aclaración: durante la etapa de acopio de información para este trabajo no fue posible obtener el registro detallado de la programación por géneros musicales que difundieron cada una de las estaciones en las décadas anteriores a la de los años sesenta; en cambio sí fue factible obtenerla para el periodo 1964-2005, es decir, las cuatro décadas más recientes. Debido a ello, en relación al periodo 1920-1959 sólo se exponen aspectos como el crecimiento en el número de estaciones y la ubicación de éstas en el cuadrante. Para el periodo 1964-2005, en cambio, sí se logra un recuento puntual sobre la evolución cuantitativa del cuadrante, pero también de la forma en que las emisoras que lo han integrado modificaron en esas cuatro décadas su tipo de programación.

1. 1920-1960: cuarenta años de ajustes

1.1. *De "CY" a "XE": los "distintivos de llamada"*

Durante los años veinte lograron operar en el Distrito Federal más de quince estaciones radiodifusoras la mayoría de las cuales desapareció en el curso de esa década. La primera de ellas, como es ampliamente conocido, fue la instalada por Adolfo Enrique Gómez Fernández, que transmitió del 27 de septiembre de 1921 hasta enero de 1922, los sábados y domingos de las 20 a las 21 horas.

En 1922 aparecieron en la incipiente escena radiofónica varias emisoras de carácter experimental –algunas de paso fugaz por el cuadrante-- entre las que destacan las instaladas por Jorge Peredo en el barrio de Mixcoac (con la sigla “IP”, correspondiente a “Ingeniero Peredo”); Salvador Francisco Domenzáin, en Azcapotzalco; Juan Buchannan, en la colonia San Rafael; José Allen, por cierto, uno de los fundadores del Partido Comunista Mexicano, desde la calle de La Soledad, en el centro de la ciudad; así como José de la Herrán, José Fernando Ramírez y Guillermo Garza Ramos, quienes experimentaron desde la calle del Relox, hoy llamada República de Argentina. En el primer lustro de los años veinte, la posibilidad de utilizar una frecuencia radiofónica era prácticamente libre, en tanto no existía reglamentación al respecto, y se utilizaba fundamentalmente la banda de AM, aunque algunas emisoras optaban por la de Onda Corta.

En 1923, fueron instaladas varias emisoras cuyas vidas serían mucho más largas que las de sus antecesoras. El 27 de enero de ese año, por ejemplo, el secretario de Relaciones Exteriores, Alberto J. Pani, solicitó al ingeniero Salvador F. Domenzáin, uno de los aficionados a la radiodifusión más destacados de ese momento, que instalara una "estación receptora y transmisora" en el edificio de la dependencia. Unas semanas después, el 19 de marzo 1923 comenzaron las transmisiones de la emisora JH, instalada bajo los auspicios de la Secretaría de Guerra y Marina. Las siglas elegidas para la emisora correspondieron al nombre del ingeniero José de la Herrán, quien junto con el coronel José Fernando Ramírez se encargó de dirigir la instalación y la operación de la radiodifusora. Igualmente en marzo inició sus transmisiones en la Ciudad de México la estación 1J, propiedad del señor Francisco C. Steffens; operaba en la banda de onda corta, por lo que su sintonía resultaba más fácil fuera del Distrito Federal que en la propia capital de la república, y transmitía “música clásica” todos los domingos.

El 8 de mayo de 1923 salió al aire la estación inicialmente conocida con el nombre de "El Universal-La Casa del Radio" --posteriormente identificada con las siglas CYL--, una de las primeras en proponerse objetivos comerciales. Transmitió regularmente hasta 1928, año en que desapareció. Luego vendría la estación de “El Buen Tono –que llevó las siglas CYB, transformadas más tarde en XEB--, cuya emisión inaugural

ocurrió el 15 de septiembre de 1923 y es actualmente la más longeva de las emisoras del DF.

En 1924 empezaron a producirse a nivel internacional las primeras disposiciones administrativas para regular el funcionamiento de la radio. En julio de ese año, la Conferencia Internacional de Telecomunicaciones celebrada en Berna, Suiza, asignó a los diversos países las siglas que debían utilizar para identificar sus estaciones de radio. Aunque México no envió delegación a esa conferencia le fueron asignadas las siglas CYA a CZZ.[3] De esta manera las estaciones existentes en ese momento debieron adaptar sus indicativos de llamada a esa nomenclatura. Así, la estación de “El Universal-La Casa del Radio” se transformó en CYL y la de “El Buen Tono” en CYB. Ese mismo año, el 19 de marzo, el diario *Excélsior* había comenzado a operar una radiodifusora que rápidamente adoptó, en cumplimiento de esa disposición, las siglas CYX.

También en 1924, el 30 de noviembre, salió al aire la emisora CYE, operada por la Secretaría de Educación Pública. Inicialmente su señal ocupó la frecuencia de los 560 kilohertz. En 1929, la emisora de la SEP dejó de transmitir y volvió a hacerlo hasta los primeros años de la década de los treinta con las siglas XFX.

En 1929, la Conferencia Internacional de Telecomunicaciones celebrada en Washington determinó la aplicación de nuevos indicativos de llamada para las estaciones que prestaran el servicio de radiodifusión. A México, que en esa oportunidad sí estuvo representado por una delegación, le fueran asignadas las siglas XAA hasta XPZ. La Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP) decidió distribuir así esos indicativos de llamada: XA, servicios de radiocomunicación para aeronaves; XB, servicios generales; XD y XF, telegráficos; XC, servicios marítimos; y XE, radiodifusión. Las radiodifusoras del país tuvieron, en consecuencia, que cambiar nuevamente sus indicativos de llamada.

Antes, en 1924 y 1925, otras dos emisoras habían surgido en el Distrito Federal: la CYO, propiedad de los señores Arturo Martínez y Manuel Zetina, y la CYS, propiedad de la empresa General Electric. La primera se transformó al final de la década en la “XEK, La Voz del Comercio” que, como vimos en el capítulo II de este

[3] *El Universal*, 6 de julio de 1924.

CUADRO 91. DIAL RADIOFÓNICO EN MÉXICO DF (1924) --Banda de AM--

	Siglas	Concesionario o permisionario
1	CYA	Partido Liberal Avanzado
2	CYX	Excélsior-Parker
3	CYE	Secretaría de Educación Pública
4	CYB	El Buen Tono
5	CYL	La Casa de Radio
6	CYZ	Liga Central Mexicana de Radio
7	CYO	Manuel Zetina
8	CYG	Secretaría de Guerra
9	IP	Jorge Peredo
10	--	Unión Radiófila Juvenil
11	IJ	F:C: Steffens

Fuente: Elaborado por Gabriel Sosa Plata en "Del éter al ciberespacio", capítulo III del libro *Una historia hecha de sonidos; Radio Educación: la innovación en el cuadrante*, obra conmemorativa de los ochenta años de Radio Educación, p. 120. La fuente, basada en el diario *Excélsio*r 4ª. Sección, 14 de diciembre de 1924, p. 10, menciona la existencia en el país de otras radiodifusoras, además de las citadas en el cuadro: 2X, de Jaime Macouzet, en Morelia; CYF, de Federico Zorrila, en Oaxaca; 24 A, de Constantino de Tárnava, en Monterrey; y XEICE, de la Dirección de Teléfonos, en Chihuahua.

CUADRO 92. DIAL RADIOFÓNICO EN MÉXICO DF (1932) --Banda de AM--

	Frecuencia (Kilohertz)	Siglas	Potencia (Watts)	Concesionario o permisionario
1	600	XETR	1000	Compañía Difusora Mexicana, S.A.
2	638.1	XFG	2000	Secretaría de Guerra y Marina
3	711	XEN	1000	Cervecería Modelo S.A.
4	780	XEZ	500	Joaquín Capilla
5	818.1	XFI	250	Secretaría de Industria y Comercio
6	860	XFX	500	Secretaría de Educación Pública
7	910	XEW	5000	Cadena Radiodifusora Mexicana, S.A.
8	940	XEFO	5000	Partido Nacional Revolucionario
9	970	XEK	100	Arturo Martínez
10	1030	XEB	1000	El Buen Tono, S.A.
11	1075	XEG	100	Miguel Yarza
12	1140	XETA	500	Manuel Espinoza Tagle
13	1210	XEX	500	Excélsior
14	1250	XEFA	500	Eduardo Limón Seguí
15	1300	XEM	250	María T. Gutiérrez
16	1500	XEFZ	100	Manuel Zetina
17	--	XFH	250	Secretaría de Guerra y Marina
18	--	XEJP	--	--

Fuente: Radioasta, *Ases del cine y del radio, mexicanos y extranjeros*, sin editorial, México, 1932, p p. 94-95.

trabajo, tuvo un papel relevante en la transmisión de los primeros controles remotos desde salones de baile durante los años treinta. La CYS, por su parte, se convirtió, el 5 de febrero de 1930, en XEN "Radio Mundial", la primera emisora especializada en noticias que existió en México. La sigla XEN, permaneció en el cuadrante del DF hasta los primeros años del siglo XXI, principalmente con el nombre de "Radio Mundo".

Dos emisoras concluyen este recuento de la evolución en el cuadrante capitalino durante la primera década de la radio en el Distrito Federal: la XEW, instalada el 18 de septiembre de 1930, y la XEFO, del Partido Nacional Revolucionario, que empezó a transmitir el 1 de enero de 1931 con la sigla XE-PNR y se mantuvo como voz del entonces partido gobernante hasta octubre de 1947 cuando fue vendida al radiodifusor Francisco Aguirre Jiménez.

1. 2. *Saltos en el dial*

De las radiodifusoras instaladas durante los años veinte en el Distrito Federal, sólo algunas lograron permanecer en la década siguiente. Entre ellas estuvieron la XEFG de la Secretaría de Guerra y Marina, fundada como "JH" en 1923; la XEN, que había sido instalada en 1925 como CYS; la XFX, de la SEP, instalada en 1924 con las siglas CYE y que reapareció en 1931 luego de un breve receso de dos años iniciado en 1929; la XEK, del señor Arturo Martínez, que inició sus operaciones en 1924 como CYO; por supuesto la XEB, de El Buen Tono, que comenzó a operar en 1923; y la primera XEX que funcionó en el cuadrante del DF y fue fundada por el diario *Excélsior* en 1924. El cuadro 91 proporciona una panorama del cuadrante metropolitano de AM integrado en 1932 por 18 estaciones.

Un aspecto interesante dentro del proceso de ocupación que tuvo la banda de AM en el Distrito Federal en sus primeras dos décadas de existencia es que varias de las estaciones que lo han integrado cambiaron repetidas veces de ubicación –o sea de frecuencia— dentro de ella. Quizá a algunos radioescuchas actuales les sorprendería saber que la frecuencia a través de la cual transmite su estación favorita fue ocupada en años anteriores por otras emisoras. Por ejemplo, la XEB transmitía en 1929 en los 665 kilohertz, en 1931 pasó a la frecuencia de 1030 Khz

(que hoy ocupa Radio Centro) y en 1941 le fue asignada la de 1220 khz donde actualmente difunde. La XEW ocupó al inicio de sus transmisiones, en 1930, los 780 khz, para 1932 había pasado a los 910 khz y para 1942 se encontraba ya en la localización actual de 900 khz. La frecuencia de 940 khz, que desde hace más de seis décadas está identificada con la XEQ, fue ocupada inicialmente por la XEFO, del Partido Nacional Revolucionario. La "Q" transmitió originalmente en los 710 khz (frecuencia que hoy ocupa la XEX) y pasó después a los 940. Por cierto, la XEFO, emisora perteneciente al Partido Nacional Revolucionario y luego al de la Revolución Mexicana, transmitió durante los años cuarenta en la frecuencia de 1110 khz, que en nuestros días es utilizada por Radio Red. En los cuadros 91 y 92 se aprecian algunos de estos cambios de frecuencia.

Como puede verse en el primero de esos cuadros, para finales de la década de los treinta, el cuadrante radiofónico de la capital mexicana había sufrido una merma en su número de estaciones debido a la desaparición de algunas emisoras operadas por secretarías de Estado. A cambio, habían ingresado emisoras tan importantes como XEQ, fundada en 1938, Radio UNAM, instalada en junio de 1937, XEDA (que años más tarde se conocería como "Radio Trece"), la cual inició sus transmisiones en diciembre de 1936, y XEDP, operada por el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP), entidad donde se diseñaba y ponía en práctica la política de comunicación social del gobierno de Lázaro Cárdenas.

Para el primer lustro de los años cuarenta, la radio capitalina había mostrado un considerable repunte: de 14 en 1939, el número de estaciones subió a 24 en 1942 y se contaban ya en el cuadrante emisoras como "XEOY, Radio Mil", a cuya competencia con la XEW, la XEQ y la XEB se hizo referencia en el capítulo II de este trabajo, XELA, que por más de sesenta años transmitió música clásica, y otras radiodifusoras que tendrían gran importancia más adelante, en la época de las estaciones "disqueras", para la difusión de diversos géneros de música popular-comercial, por ejemplo: XEPH (590 khz) que haría historia en el ámbito de la transmisión de rock en inglés; XEJP (1150 khz), que con el nombre de "Radio Variedades" difundiría "música juvenil en español" en los años sesenta; XEAI (1320 khz), legendaria estación de "música tropical" en los años sesenta y setenta;

CUADRO 93. DIAL RADIOFÓNICO EN MÉXICO DF
(1939)
--Banda de AM--

	Frecuencia (Kilohertz)	Sigla	Potencia (watts)	Concesionario o Permisionario	Domicilio
1	730	XEQ	50 000	Red Panamericana S.A.	José María Marroquí 11
2	780	XEN	1 000	Guillermina P. Del Conde	Venustiano Carranza 30
3	890	XEW	100 000	Cadena Radiodifusora, S. A.	Ayuntamiento 54
4	940	XEFO	5 000	Partido de la Revolución Mexicana	5 de mayo 21
5	970	XEK	500	Arturo Martínez	Jalapa 51
5	1030	XEB	10 000	El Buen Tono S.A:	Buen Tono 6
6	1080	XEDP	.500	Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad	Bucareli 12
7	1150	XEL	.250	Financiera Inversiones S.A:	Calzada del Rosal 1
8	1170	XEXX	1 000	Universidad Nacional Autónoma de México	Justo Sierra
9	1220	XEDA	.200	Pedro Riestra y Díaz	Iztaccihuatl 5
10	1250	XEAI	.500	Carmen Gutiérrez	Bahía Santa Bárbara 14
11	1340	XEBS	750	María Remedios Delgado	Castilla 53
12	1380	XEMX	500	Alfonso Traslosheros Avalos	Juan Cuamatzín 81
13	1430	XERH	500	Francisco López Ocampo	Rubén Darío 62
14	1470	XEQK	250	Carmen Gutiérrez	Uruguay 37

Fuente: *Guía Radio; publicación periódica panamericana*, no. 21, mayo de 1939, ed. Revista Telegráfica, Buenos Aires, Argentina, 1939.

CUADRO 94. DIAL RADIOFÓNICO EN MÉXICO DF
(1942)
--Banda de AM--

	Frecuencia (Kilohertz)	Indicativo de llamada	Potencia (watts)	Concesionario	Domicilio
1	590	XEPH	1 000	Pedro Riestra Díaz	Uruguay 37
2	690	XEN	1 000	Guillermina P. Del Conde	Venustiano Carranza 30
3	730	XEQ	50 000	Red Panamericana S.A.	José María Marroquí no. 11
4	790	XERC	500	Radio Popular de México, S. A.	Puente de Alvarado 11-A
5	830	XELA	1 000	Radio Metropolitana, S.A.	Versalles y Paseo dela Reforma
6	860	XEUN	--	Permisionada a la UNAM	
7	900	XEW	100 000	Cadena Radiodifusora, S. A.	Ayuntamiento 54
8	970	XEK	500	Arturo Martínez	Jalapa 51
9	1000	XEOY	10 000	Ignacio Díaz R.	Paseo de la Reforma
10	1030	XEQR	--	Gabriel Fernández Sáyago	Bolívar 30
11	1110	XEFO	5000	Partido de la Revolución Mexicana (PRM)	5 de mayo 21
12	1150	XEJP	500	Delia Cubillas de Fernández	Uruguay 37
13	1220	XEB	100 00	El Buen Tono, S. A.	Calle Buen Tono 6
14	1260	XEL	750	Ramón Ferreiro	Calzada del Rosal 1
15	1280	XEBT	500	El Buen Tono S.A.	Calle Buen Tono 6
16	1320	XEAI	250	Carmen Gutiérrez	Bahía Santa Bárbara 14
17	1350	XEQK	--	Ángel H. Ferreiro	--
18	1380	XEMX	500	Guillermo Robles Martínez	Uruguay 37
19	1410	XEBA	200	María Remedios Delgado	Castilla 168
20	1440	XELZ	1000	María Cardona Zetina	Independencia 7
21	1470	XESM	500	Salvador San Martín	Rébsamen 241
22	1500	XERH	400	Gabriel Hernández Llergo	Tenoxtitlán 1760T
23	1550	XEML	1000	Rodolfo Valezzi Espinosa	Av. Coyoacán 1607
24	1590	XEMC	200	Dolores Estrada de F.	Calle Escuadra 63

Fuente: *Radiolandia* 3 de diciembre de 1942 y 15 de diciembre de 1942.

XEL (1260 khz), también histórica con el nombre de “Radio Capital” en los años sesenta y setenta; XELZ (1440 khz), especializada en “música ranchera y norteña” y famosa por su lema “Música de pegue”; y XERH (1500 khz), célebre entre los aficionados a la “música tropical” en los años setenta. Apareció también XEQK que desde enero de 1940 empezó a difundir minuto a minuto la hora exacta según el reloj del Observatorio Astronómico Nacional ubicado en Tacubaya. Para ese momento, sin embargo, estas emisoras aún no se especializaban en los géneros musicales que las harían célebres para la historia radiofónica del DF dos décadas más adelante, ni se habían afiliado a algún grupo radiofónico.

Para el segundo lustro de los cuarenta, el número de estaciones en operación dentro del cuadrante de la Ciudad de México no se incrementó sustancialmente, sin embargo sí registró modificaciones por la aparición de algunas emisoras y el traslado de otras a una frecuencia distinta. Para 1947, por ejemplo, habían aparecido estaciones como XENK “Radio 620” (620 khz), que inició sus operaciones en 1946, y XEDA (1290 khz) que años más tarde asumiría la identificación de “Radio 13”. Por su parte, la XEQ había cambiado su ubicación de los 730 khz a los 940.

1. 3. *Cambios de manos*

La década de los cincuenta marca el inicio de la radio bajo la modalidad de grupos radiofónicos con posibilidad de segmentar audiencias y dedicar diferentes emisoras a ofrecer programaciones especializadas en determinado género musical o formato. Como hemos visto en el capítulo II, la primera empresa que transitó por ese camino fue Radio Mil que en 1950 fue adquirida por el señor Guillermo Salas Peyró. En 1953, esa empresa compró los derechos para explotar la XEBS (1410 kilohertz) y le dio el nombre de “Radio Sinfonola, la Estación del Barrilito”, con la idea de transmitir por radio los *hits* musicales que se oían en las sinfonolas. Posteriormente, en 1961, la emisora llevó el nombre de Radio Satélite y más tarde recuperó el de Radio Sinfonola, especializada en música ranchera.[4] En 1955, Radio Mil adquirió XEMX, que entonces operaba con el nombre de Radio Femenina y a la que más tarde le daría el nombre de Radio Eco y dotaría con una

[4] Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM), *Una historia que sí suena*, p. 181.

CUADRO 95. DIAL RADIOFÓNICO EN MÉXICO DF
(1947)
--Banda de AM--

	Frecuencia	Sigla	Potencia (Watts)	Domicilio
1	590	XEPH	1 000	Uruguay 37
2	620	XENK	5 000	Uruguay 64
3	660	XEBZ	500	Córdoba 48
4	690	XEN	1 000	Brasil 25
5	730	XEX	--	--
6	790	XERC	1 000	Córdoba 48
7	830	XELA	830	Versalles y Reforma
8	860	XEUN	--	--
9	900	XEW	100 000	Ayuntamiento 54
10	940	XEQ	50 000	José María Marroquí 11
11	970	XEK	500	Jalapa 51
12	1000	XEOY	10 000	Donato Guerra 26
13	1030	XEQR	1 000	Córdoba 48
14	1110	XEFO	5 000	República 6
15	1150	XEJP	500	Concepción Béistegui
16	1220	XEB	6 000	Buen Tono 6
17	1260	XEL	1 000	Xola 1015
18	1290	XEDA	1 000	López 8
19	1320	XEAI	500	Santa Bárbara 114
20	1350	XEQK	500	López 8
21	1380	XEMX	500	Paseo de la Reforma 20
22	1410	XEBS	750	Castilla 164
23	1440	XELZ	1 000	20 de Noviembre 91
24	1470	XESM	1 000	Rébsamen 241
25	1500	XERH	200	Zempoala 77
26	1550	XEML	1 000	Córdoba 48
27	1590	XEMC	5 000	Escuadra 73

Fuente: *Boletín Radiofónico* no. 3, 21 de marzo de 1947, p. 7

CUADRO 96. DIAL RADIOFÓNICO EN MÉXICO DF
(1951)
--Banda de AM--

	Sigla	Nombre o concesionario	Domicilio
1	XEQR	Cadena Radio Continental	--
2	XERQ	Corporación Mexicana de Radio, S.A.	
3	XERC	--	Reforma 51
4	XEW	Cadena Radiodifusora Mexicana, S.A.	Ayuntamiento 52
5	XEMC	--	Escuadra 73
6	XEDA	--	Dolores 10
7	XERH	--	Zempoala 77
8	XEBS	Hispano Mexicano, S.A.	Ayuntamiento 101
9	XEBZ	Vocero Mexicano, S.A.	Calzada Sidar y Rovirosa 78
10	XELZ	--	Independencia 7
11	XEOY	--	Plaza Santos Degollado 10
12	XEQK	--	Dolores 10
13	XEL	--	Atenas 2 (Esq. Bucareli)
14	XESM	--	Rebsamen 237
15	XEAI	--	Bahía de Santa Bárbara 114
16	XEJP	--	Concepción Béistegui 1361
17	XENK	Radio 620	Balderas 24
18	XEN	Radio Mundial	Brasil 75
19	XEQ	Radio Panamericana S.A.	José María Marroquí 11
20	XEB	--	Buen Tono 6
21	XEXA	--	Obrero Mundial 77
22	XEK	La Voz del Comercio	Jalapa 351
23	XELA	Radio Metropolitana, S.A.	Reforma y Versalles
24	XEX	La Voz de México	Córdova 48
25	XERCN	Radio Cadena Nacional	Vallarta 1
26	XERPM	Radio Programas de México	Bucareli 109
27	XEBT	--	Buen Tono 6

Fuente: Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP), reproducido en *Radiolandia* no. 373, 27 de octubre de 1951, p. 18

programación de “música romántica”. Posteriormente, en 1960, Radio Mil asumió la propiedad y operación de XEPH, Radio 590, que funcionó inicialmente con la identificación de “Música para usted”.

Otro grupo que inició sus operaciones en la década de los cincuenta es Radio Centro, cuyo fundador fue el señor Francisco Aguirre Jiménez y que empezó a operar en 1952 con dos estaciones: XEQR (1030 khz), desde ese momento su emisora insignia, y XERC (790 khz). Aguirre adquirió los derechos para operar la XEQR al señor Manuel Suárez quien, a su vez, los había comprado en el segundo lustro de los años cuarenta a los señores Gabriel y Antonio Fernández.[5]

En noviembre de 1958 este grupo adquirió la estación XEJP (1150 khz), que hasta ese momento había sido propiedad del señor Mario F. Rodríguez, y le puso el nombre de Radio Variedades el cual conservaría durante varias décadas. En octubre de 1960 obtuvo la propiedad de XELZ (1440), que llegó a ser legendaria por su programación de música ranchera y norteña con el nombre de “Radio LZ, Música de pegue”. Luego, en mayo de 1962, se hizo de XEAI “Radio AI” (1320 khz), que también marcó época como una de las principales emisoras de música tropical.

El caso de las estaciones de lo que hoy conocemos como Grupo Radiópolis es peculiar. A mediados de los años cincuenta, el señor Emilio Azcárraga Vidaurreta y su hijo Emilio Azcárraga Milmo eran propietarios de cinco emisoras. Una de ellas, la XEW, funcionaba de manera autónoma, con su propia administración, mientras que las otras cuatro eran conocidas como “Los puntos de oro de la radio”. Esas emisoras eran XEQ (940 khz), XEB (1220 khz), XEDF (970 khz) y XERPM (Radio 660), las cuales eran administradas por el señor Rogerio Azcárraga Madero, dueño a su vez de la empresa discográfica Orfeón. Estas emisoras se conocían para la venta de espacios publicitarios como Grupo Oro y la idea era que apoyaran la difusión masiva de los discos producidos por Orfeón.[6] Posteriormente, en 1968, XEB, XEDF y XERPM pasaron a poder de Rogerio Azcárraga quien formaría con ellas, en los años setenta, el Grupo Radio Fórmula.

[5] Véase Jorge Mejía Prieto*, Historia de la Radio y la TV en México*, p. 77.
[6] *Ibid*. p. 290.

1. 4. *Surge la FM*

Sin duda, uno de los aspectos más significativos de la radio en México durante la década de los cincuenta fue la puesta en operación de la banda de FM. La transmisión de señales radiofónicas a través de este conjunto de frecuencias, que en México va de los 88 a los 108 megahertz, comenzó a ser experimentada en Estados Unidos hacia el año de 1933 por el mayor del ejército Edwin Armstrong y se empezó a utilizar con fines comerciales en aquella nación a partir de los años cuarenta. En México DF, el señor Federico Obregón Cruces solicitó en 1946 una concesión para transmitir en FM la cual le fue otorgada un par de años después, en diciembre de 1948,[7] y se le asignó la frecuencia de 94.1 mhz que empezó a operar con señales de prueba en 1949. Sus estudios se ubicaban en Paseo de la Reforma número 1, despacho 1059. En mayo de 1952, se iniciaron en el Distrito Federal las operaciones formales de esta emisora, primera que empleó la banda de FM en la república; se le otorgó la sigla XHFM y su propietario decidió llamarla "Radio Joya".

En vista de que no existía mercado ni de radioescuchas ni de anunciantes para la radio de FM, el señor Obregón Cruces trató de crearlo. Con ese objetivo entabló un contrato con la empresa Motorola para que ésta construyera 100 aparatos receptores de FM, los cuales, con autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, comenzó a instalar a partir de 1952 en restaurantes, hoteles y clubes sociales y deportivos como el Centro Deportivo Israelita o el Club Deportivo Hacienda.[8] De esta manera, Obregón Cruces trataba de crear la audiencia para la FM. Incluso, "Radio Joya" difundía en esa época un promocional dirigido a propietarios de negocios y comercios para que se pusieran en contacto con la emisora, adquirieran un aparato receptor y ofrecieran a sus clientes la música transmitida por la estación:

---

[7] El 11 de noviembre de ese año, cuando la frcuencia estaba a punto de ser concesionada al señor Obregón Cruces, el diario *Novedades* publicó la siguiente nota: "Apareció el primer Quijote de la frecuencia modulada. En el Paseo de la Reforma se instala una emisora en esa modalidad, con inversión de varios centenares de miles de pesos. El intento es noble y debe ser alentado", citado por Jorge Mejía Prieto en *Historia de la Radio y la Televisión*, p. 172.

[8] Véase Gabriel Sosa Plata, "40 años de Frecuencia Modulada en México", en *Antena*, órgano de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, mayo-junio de 1992, pp. 14-19.

> Apúrese usted y aparte su equipo, que lo mismo le servirá para su fábrica, para un salón de belleza, para un peluquería, un restaurante o un campo deportivo... Pida informes a XHFM, Radio Joya de México.[9]

Sin embargo, el 28 de julio de 1957 las transmisiones de esta emisora pionera se interrumpieron de manera abrupta cuando “un tremendo temblor sacudió la ciudad dejando inhabitable el alto edificio donde Radio Joya estaba instalada, y destruyendo su equipo”.[10] Sin dinero para retomar su proyecto de radio en FM, Federico Obregón Cruces aceptó la oferta de Francisco Aguirre Jiménez, dueño de Radio Centro, para vender a ésta los derechos de explotación de la frecuencia. La operación de compraventa fue aprobada por la SCOP el 16 de agosto de 1958.[11] Años más tarde, Radio Centro retomaría el nombre de “Radio Joya” para una de sus frecuencias en FM, la de 93.7 mhz.

Tras la desaparición de la radiodifusora pionera de FM, Federico Obregón Cruces, quien había iniciado su carrera radiofónica como vendedor de publicidad en Radio Mil durante los años cuarenta, obtuvo la concesión para operar la frecuencia de 560 khz, “Radio Chapultepec”, en la banda de AM.

A la primera “Radio Joya” le sucedieron varias emisoras de FM en el Distrito Federal, por ejemplo XEOY FM, perteneciente al Núcleo Radio Mil, instalada en agosto de 1957, y XERPM FM, de Radio Programas de México, en 1959.

De escaso desarrollo durante los años sesenta, la radio de FM comenzó a incrementar su presencia a partir de los setenta en una forma tan acelerada que para mediados de los ochenta ya superaba a la de AM en audiencia. Su desarrollo en la última década del siglo XX fue tan vertiginoso que al final de ésta, como veremos más adelante, un porcentaje superior a las dos terceras partes de los radioescuchas manifestaba preferencia por la banda de FM sobre la de AM.

1.5. *Formatos y géneros*

Hasta aquí se ha formulado una descripción muy general de los cambios registrados en el cuadrante del Distrito Federal desde las primeras experiencias radiofónicas en la década de los veinte hasta los años cincuenta. Como se

---

[9] *Ibid.*p. 17..
[10] Jorge Mejía Prieto, *op.cit*., p.172,
[11] *Ibid*., p. 18.

mencionó antes, este recuento no incluyó, debido a la escasez de fuentes, una descripción precisa de cuáles fueron los géneros musicales que se difundieron en cada emisora; sin embargo, la información ofrecida en los capítulos II y III de este trabajo permite tener una idea bastante clara acerca de cuál fue, en términos generales, la oferta musical de la radio en la Ciudad de México durante esas cuatro décadas. En las siguientes páginas sí se ofrece una recuento pormenorizado de los cambios de programación que tuvieron las emisoras del Distrito Federal de la década de los sesenta en adelante. Aunque fue posible obtener la información año por año desde 1964 hasta 2005, se decidió no reproducirla íntegramente, pues hubiera ocupado un espacio excesivo. Se determinó, en cambio, preparar listados en los que se registraran por lustros las modificaciones que las radiodifusoras de la Ciudad de México tuvieron en ese periodo.

Los cuadros que se presentan en las siguientes páginas ofrecen un panorama bastante detallado de la manera en que la programación en las bandas de AM y FM en el Distrito Federal fue cambiando por causas diversas: modas musicales, desplazamiento tecnológico de un tipo de emisoras por otro (en este punto destaca la transmisión en estereofonía en la banda de FM, la cual nunca pudo generalizarse en AM) y crisis económica en la industria radiofónica. Pero independientemente de las razones por las cuales se registraron esos cambios, hay un elemento constante en el cuadrante del Distrito Federal: los formatos radiofónicos y los géneros musicales mantuvieron una sorprendente regularidad durante cuatro décadas. En lo que resta de este capítulo veremos cómo el formato de “radio hablada” se ha mantenido a lo largo de ese tiempo e incluso incrementado su presencia hasta hacerse mayoritario en la banda de AM. Asimismo, el formato musical se ha nutrido de aproximadamente una decena de géneros o estilos musicales que, con transformaciones mínimas en algunos casos, se mantuvieron a través de los años. Esos géneros, cuya descripción fue hecha en la introducción de este trabajo, son: música internacional, música ranchera, música tropical, música clásica, música moderna y juvenil en español, música

moderna y juvenil en inglés, balada en español, música de catálogo (en inglés o en español), música grupera,

Estos géneros musicales, cabe aclararlo, se difunden a través de la radio acompañados de otros elementos, por ejemplo noticiarios o programas “hablados”, sin embargo, se considera musicales a las emisoras que tienen a alguno de estos géneros como elemento mayoritario y distintivo de su programación.

¿Cuál ha sido la evolución del cuadrante radiofónico México DF en las cuatro décadas recientes? ¿Qué géneros musicales han predominado durante ese periodo en las frecuencias de la capital? Presentamos enseguida los resultados de ese análisis.

2. Los años sesenta: transmisión simultánea

Como puede verse en los cuadros del 97 al 100, la radio de AM fue la de mayor presencia en los años sesenta, en contraste con la muy incipiente de FM. La banda de FM, como veremos más adelante, no merecía aún el interés de los anunciantes para insertar publicidad en ella debido a que, al existir aún pocos aparatos receptores con capacidad para sintonizarla, el público masivo no tenía acceso a esas frecuencias radiofónicas.

Durante los años sesenta nuevos protagonistas ingresaron a la industria radiofónica y produjeron cambios en el cuadrante capitalino. En 1962, José Luis Fernández Soto, uno de los operadores políticos más importantes con que ha contado la industria radiofónica en su historia,[12] adquirió la emisora XEDA (1290 khz), que había sido fundada en junio de 1936 por el señor Pedro Riestra, quien posteriormente, en 1945, la transfirió a Guillermo Morales Blumenkron. Fernández dio a la emisora el nombre de “Radio Trece”. Asimismo, obtuvo la concesión para operar la XEDA FM (90.5 mhz) y con esas dos radiodifusoras fundó el Grupo Imagen. Ambas estaciones difundían en transmisión simultánea la misma

[12] José Luis Fernández Soto fue, además de presidente de la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión en el bienio 1961-1962, autor del proyecto de Ley Federal de Radio y Televisión que fue aprobado por la Cámara de Diputados en 1960. Véase, Mejía Barquera Fernando, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano*, pp. 115-132.

CUADRO 97. DIAL RADIOFÓNICO EN MÉXICO DF (1964) --Banda de AM--

	Frecuencia	Sigla	Nombre	Potencia (Watts)	Programación	Grupo
1	560	XEOC	Radio Chapultepec	1 000	Música internacional	No afialiada
2	590	XEPH	Radio 590, La Pantera	5 000	Música juvenil en inglés	Radio Mil
3	620	XENK	Radio 620, La emisora de la juventud	10 000	Música internacional y éxitos del Hit Parade	No afiliada ---
4	660	XERPM	La 660	10 000	Música juvenil en inglés	Grupo Oro
5	690	XEN	--	20 000	Música internacional	No afiliada
6	710	XEMP	La Charrita del Cuadrante	1 200	Música ranchera	N.I.
7	730	XEX		150 000	N:I:	Radiópolis
8	760	XEABC	Los reyes de la popularidad	5 000	Música juvenil en español	No afiliada
9	790	XERC	Radio Éxitos	5 000	Música juvenil en inglés	Radio Centro
10	830	XELA	Buena Música en México	10 000	Música clásica	Imagen
11	860	XEUN	Radio UNAM	--	Programación cultural	--
12	900	XEW	La Voz de la América Latina desde México	250 000	Programación hablada	Radiópolis
13	940	XEQ	XEQ 940 AM	100 000	Programación hablada	Grupo Oro
14	970	XEDF	LA DF, La Estación del Distrito Federal“	10 000	Música juvenil en español	Grupo Oro
15	1000	XEOY	Radio Mil	10 000	Música juvenil en español	Radio Mil
16	1030	XEQR	Radio Centro, Música ligada a su recuerdo	10 000	Música mexicana de catálogo	Radio Centro
17	1110	XERCN	Onda 111	50 000	Programación hablada	Radio Cadena Nacional
18	1150	XEJP	Radio Variedades	10 000	Música juvenil en español e inglés	Radio Centro
19	1180	XEFR	Radio Felicidad	1 000	Música juvenil en español	No afiliada
20	1220	XEB	La B	100 000	Música mexicana de catálogo	Grupo Oro
21	1260	XEL	Radio Capital, Consentida de la juventud	10 000	Música juvenil en inglés	No afiliada
22	1290	XEDA	Radio Trece, Lo más selecto de la música popular y los más popular de la música selecta	10 000	Música internacional	No afiliada
23	1320	XEAI	Radio AI	10 000	Música Tropical	Radio Centro
24	1350	XEQK	La Hora Exacta, Desde el Observatorio Astronómico Nacional”	500	Hora exacta minuto a minuto	No afiliada
25	1380	XECO	Radio Eco, Música que llega a su corazón	5 000	Música mexicana de catálogo	Radio Mil
26	1410	XEBS	Radio Sinfonola	5 000	Música Ranchera	Radio Mil
27	1440	XELZ	Radio LZ, Música de pegue	10 000	Música ranchera y norteña	Radio Centro
28	1470	XESM	--	10 000	N:I.	N.I.
29	1500	XERH	--	--	Música ranchera	N.I.
30	1530	XEUR	Radio Onda	5 000	Música Tropical	Radio Mil
31	1560	XEVIP	Radio VIP	10 000	Música y programación hablada en inglés	Radio Programas de México
32	1590	XEVOZ	Radio Voz	10 000	Música mexicana de catálogo	N.I.

Fuente: Elaborado con datos de Medios Publicitarios Mexicanos*, Directorio de Medios Audiovisuales*, México, 1964.
N.I. No identificada

programación, basada en “música internacional e instrumental” con el lema “Lo más selecto de la música popular y los más popular de la música selecta”.[13]

En 1963, el señor Fernández adquirió la estación XELA (830 khz), dedicada a difundir “música clásica”, y obtuvo la concesión para explotar la frecuencia de 98.5 mhz a la que fue adjudicada la sigla XELA FM. El nuevo dueño de la XELA respetó el tipo de programación que tenía la emisora e incluso lo trasladó a la estación de FM, pues decidió que ambas operaran con transmisión simultánea. En 1969, la XEDA FM se transformó en “Radio Imagen” y adoptó una programación propia, también basada en “música internacional”, pero dirigida a un público más joven.

Un momento importante para la radio comercial de México en la década de los sesenta fue la fundación, en 1965, del Grupo Acir. La primera emisora de esta organización radiofónica se instaló en San Andrés Tuxtla, Veracruz, pero en 1966 adquirió tres estaciones de AM en el DF: XEL, “Radio Capital” (1260 khz); XEFR, “Radio Felicidad”, (1180 khz); y XEVOZ, “Radio Voz”, (1590 khz). El Grupo Acir fue fundado por Francisco Ibarra López, quien había iniciado su carrera en la radio como empleado y posteriormente ejecutivo de Radio Mil.

Finalmente, un hecho peculiar en el cuadrante de AM durante los años sesenta –y aún en los setenta— fue la presencia de XEVIP (1560 khz), estación operada desde febrero de 1962 por el grupo Radio Programas de México y que difundía en inglés no solo en la parte musical –integrada fundamentalmente por canciones de origen estadounidense— sino en los noticiarios y en la locución. La sigla de la estación, que tenía cierta implicación clasista (VIP significa “very important people”), y el hecho de que transmitiera íntegramente en inglés le generó críticas a la empresa Radio Programas de México, a pesar de que la estación operaba con anuencia de la Secretaría de Gobernación, facultada por la Ley Federal de Radio y

[13] Se trataba, evidentemente, de una programación vinculada a lo que Pierre Bourdieu llamaba la “estética o gusto medio”, es decir, música cuyo origen estaba en lo que el antropólogo francés consideraba “arte legítimo”, pero en versiones “ligeras”, accesibles al “gusto medio o popular”. La afirmación de Bourdieu en el sentido de que la estética de las clases medias está constituida por las “obras mayores de las artes menores” o por versiones “ligeras”, “accesibles” de las grandes obras, se ajusta perfectamente al lema de esta emisora. Véase el apartado 2.2., inciso b, en el capítulo I de este trabajo, y Pierre Bourdieu, *La distinción*, pp. 14-15.

CUADRO 98. DIAL RADIOFÓNICO EN MÉXICO DF (1968)
--Banda de AM--

	Frecuencia	Sigla	Nombre	Potencia (Watts)	Programación	Grupo
1	560	XEOC	Radio Chapultepec	1 000	Música internacional	SOMER
2	590	XEPH	Radio 590, La Pantera	5 000	Música juvenil en inglés	Radio Mil
3	620	XENK	Radio 620, Con la música que llegó para quedarse	10 000	Música internacional y éxitos del Hit Parade	No afiliada
4	660	XERPM	La	10 000	Música juvenil en inglés	Grupo Oro
5	690	XEN	Canal 69	20 000	Música internacional	SOMER
6	710	XEMP	La Charrita del Cuadrante	1 200	Música ranchera	N.I.
7	730	XEX	Una estación potente	100 000	Boleros, tríos (de catálogo en español)	Radiópilis
8	760	XEABC	--	N.I.	N.I.	No afiliada
9	790	XERC	Radio Éxitos, Campeona en éxitos musicales	10 000	Música juvenil en inglés	Radio Centro
10	830	XELA	Buena Música en México	10 000	Música clásica	Imagen
11	860	XEUN	Radio UNAM		Programación cultural	--
12	900	XEW	La Voz de la América Latina desde México	250 000	Programación hablada	Radiópolis
13	940	XEQ	XEQ 940 AM	100 000	Programación hablada	RASA*
14	970	XEDF	LA DF, La Estación del Distrito Federal	10 000	Música juvenil en español	Grupo Oro
15	1000	XEOY	Radio Mil	10 000	Música juvenil en español	Radio Mil
16	1030	XEQR	Radio Centro, Música ligada a su recuerdo	10 000	Música mexicana de catálogo	Radio Centro
17	1060	XEEP	Radio Educación	--	Programación cultural	--
18	1110	XERCN	Onda 111	50 000	Programación hablada	Radio Cadena Nacional
19	1150	XEJP	Radio Variedades, Reina de la popularidad en México	10 000	Música juvenil en español e inglés	Radio Centro
20	1180	XEFR	Radio Felicidad	1 000	Música juvenil en español	ACIR
21	1220	XEB	La B	50 000	Música mexicana de catálogo	Grupo Oro
22	1260	XEL	Radio Capital, Consentida de la juventud	10 000	Música juvenil en inglés	ACIR
23	1290	XEDA	Radio 13, Los más selecto de la música popular y los más popular de la música selecta	10 000	Música internacional	Imagen
24	1320	XEAI	Radio AI		Música Tropical	Radio Centro
25	1350	XEQK	La Hora Exacta, Desde el Observatorio Astronómico Nacional	1 000	Hora exacta minuto a minuto	No afiliada
26	1380	XECO	Radio Eco, Música que llega a su corazón	5 000	Música Romántica (catálogo en español)	Radio Mil
27	1410	XEBS	Radio Sinfonola	5 000	Música Ranchera	Radio Mil
28	1440	XELZ	Radio LZ, Música de pegue	10 000	Música ranchera y norteña	Radio Centro
29	1470	XESM	--	10 000	N. I.	SOMER
30	1500	XERH	Mi estación	20 000	Música ranchera	N. I.
31	1530	XEUR	Radio Onda	5 000	Música Tropical	Radio Mil
32	1560	XEVIP	Radio VIP	10 000	Música y programación hablada en inglés	Radio Programas de México
33	1590	XEVOZ	Radio Voz	10 000	Música mexicana de catálogo	ACIR

Fuente: Elaborado con datos de Medios Publicitarios Mexicanos, *Directorio de Medios Audiovisuales*, México, 1968.
N.I. No identificada

Televisión y su Reglamento para permitir transmisiones en idiomas distintos al castellano.

Sobre el hecho en apariencia extravagante de que una radiodifusora comercial transmitiera en idioma inglés en un país donde el público masivo no domina esa lengua, "Radio VIP" argumentaba que su existencia no constituía una locura y había suficientes radioescuchas y anunciantes para justificar la existencia comercial de la emisora:

> Hacía falta una estación que transmitiera en inglés en México. Hay suficiente auditorio para la emisora porque si se toma en cuenta la colonia americana que reside en el país, y si se considera en conjunto el cuerpo diplomático acreditado, el auditorio de la 'VIP' es considerable. (Además) el 10% de los radioescuchas está constituido por bilingües mexicanos.
>
> Al contrario de las demás estaciones, nosotros no vendemos la estación por medio del *rating*, pues se vende sola por las noticias y el idioma inglés, ya que su auditorio es de clase muy alta y de nivel adquisitivo muy elevado. Esto se refleja con los clientes que tenemos, es decir, con los anunciantes, que son líneas aéreas, hoteles, bancos, computadoras, etcétera.[14]

A pesar de transmitir para un público restringido, la viabilidad económica de XEVIP, durante los años sesenta e incluso los sesenta pareció indiscutible. En 1981, la frecuencia de 1560 khz pasó al control del Grupo Radio Centro que la utilizó para difundir en ella "música ranchera" con la identificación de "Radio Consentida". "Radio VIP" pasó entonces a la frecuencia de 88.1 mhz en FM.

2.1. *FM: fondo musical*

Con un desarrollo muy escaso en los años sesenta, la banda de FM no llegó siquiera a una decena de estaciones con operación estable a lo largo de la década. Su pobre presencia en los niveles de audiencia se debía a que la producción de aparatos receptores con posibilidad de sintonizar FM era mínima y los anunciantes no se interesaban por insertar publicidad en ese tipo de radiodifusoras.

En realidad, los concesionarios de frecuencias en FM pensaban en esta modalidad radiofónica como una posibilidad de desarrollo para el futuro y con esa perspectiva solicitaban a la SCT la autorización para operar radiodifusoras en esa

[14] Declaraciones de Catherine Loretta, subgerente de XEVIP, entrevistada por Alma Rosa Alva de la Selva, *en Radio e Idelología*, pp. 80-81.

CUADRO 99. DIAL RADIOFÓNICO EN MÉXICO DF
(1964)
--Banda de FM--

	Frecuencia (Watts)	**Siglas**	**Potencia**	**Concesionario**	**Grupo**
1	90.5	XEDA FM	--	México Radio S.A..	Imagen
2	92.1	XHFO, Radio Triunfadora	1 000	SDEI Radio Internacional S.A.	No afiliada
3	98.5	XELA FM	1 000	Radio Metropolitana, S:A	Imagen
4	99.3	XEN FM	3 800	Guillermina P. de Del Conde	No afiliada
5	100.9	XEOY FM	3 000	Televideo S.A.	Radio Mil
6	103.3	XERPM FM	--	N:I:	N.I:
7	106.5	XHMR	1 000	México Radio, S.A.	N.I:

Fuente: Elaborado con datos de Medios Publicitarios Mexicanos*, Directorio de Medios Audiovisuales*, México, 1964.
N.I. No identificada

CUADRO 100. RADIOFÓNICO EN MÉXICO DF
(1968)
--Banda de FM--

	Frecuencia	**Sigla**	**Nombre**	**Potencia (watts)**	**Programación**	**Grupo**
1	90.5	XEDA FM	Radio Trece FM		Música moderna internacional	Imagen
2	91.3	XHRSM	Radio Sinfonía de México	5 000	N. I.	N. I.
3	92.1	XHFO	Radio Triunfadora	1 000	Música instrumental	No afiliada
4	95.3	XHSH	Radio Amistad	1 000	Música Instrumental	ACIR
5	99.3	XEN FM	Radio Mundo FM	--	Música Instrumental	N. I.
6	100.1	XHMM	Radio Maranatha	1 000	Música instrumental	No afiliada.
7	100.9	XEOY FM	--	20 000	--	Radio Mil
8	104.9	XHRPM	--	20 000	Música instrumental	Radio Programas de México
9	106.5	XHMR	Radio Caravana	1 000	Música para el ejecutivo moderno	México Radio

Fuente: Elaborado con datos de Medios Publicitarios Mexicanos*, Directorio de Medios Audiovisuales*, México, 1968.
N.I. No identificada

banda. Varias de ellas, como ya se ha mencionado, difundían por FM, en transmisión simultánea, la programación que transmitían en AM estaciones pertenecientes al mismo grupo radiofónico. Los concesionarios que empleaban este recurso mostraban de esa manera que todavía no estaban dispuestos a asumir los gastos que implicaba crear una programación propia para sus emisoras de FM.

En los años sesenta, la mayoría de estaciones de FM difundía "música internacional", básicamente en versiones instrumentales, y "música clásica". La escasez de anuncios hacía que durante diversos periodos a lo largo del día se transmitiera música continua, lo cual provocó que en diversos lugares públicos –restaurantes, vestíbulos de hoteles, consultorios médicos, entre otros—, las transmisiones de FM se reprodujeran, a través de bocinas, como "fondo musical fondo" para las actividades que ahí se realizaban. Así, se fueron dando a conocer nuevas estaciones de Frecuencia Modulada: Radio Triunfadora (XHFO, 92.1) ante cuyos micrófonos la locutora y actriz Alicia Rodríguez "La Pipa", hizo famosa la identificación "FM, FO, Radio Triunfadora"; Radio Maranatha y Radio Caravana, emisoras que, al paso del tiempo, desaparecerían al ser absorbidas por los grandes grupos radiofónicos, la mayor parte de los cuales se abstuvo de invertir en la banda de FM durante los años sesenta y prefirió hacerlo hasta los setenta cuando las perspectivas económicas para el desarrollo de ésta empezaron a ser claras y promisorias.

2.2. *Música juvenil*

Durante los años sesenta predominaron en la banda de AM las estaciones con programación musical dirigida a los jóvenes. Las emisoras dedicadas a difundir música "moderna y juvenil", ya sea en inglés o en español sumaron 9 en 1964 y 8 en 1968.

Fue la época del rock en español, los ritmos "a go go" y los baladistas juveniles pioneros que tuvieron como principal escaparate a las estaciones XEDF (970 khz), "Radio Mil" (1000 khz) y "Radio Felicidad" (1180 khz). Pero es también la época en que se fortalece la presencia en México del rock en inglés y del movimiento musical conocido como "Ola inglesa", con *Los Beatles* y *Los Rolling Stones* a la

CUADRO 101. CLASIFICACIÓN DE EMISORAS POR TIPO DE PROGRAMACIÓN MÉXICO, DF (1964) --Banda de AM--

Tipo de programación	No. estaciones
Música juvenil en español	4
Música juvenil en inglés	4
Música internacional	4
Música de catálogo en español	4
Música ranchera	4
Programación hablada	4
Música Tropical	2
Formato no identificado (N.I.)	2
Música clásica	1
Música juvenil en español y en inglés	1
Programación cultural	1
Programación híbrida	1
Total	32

CUADRO 102. CLASIFICACIÓN DE EMISORAS POR TIPO DE PROGRAMACIÓN MÉXICO, DF (1968) --Bande de AM--

Tipo de programación	No. estaciones
Música de catálogo en español	5
Música internacional	4
Música juvenil en inglés	4
Música ranchera	4
Programación hablada	4
Música juvenil en español	3
Música Tropical	2
Formato no identificado (N.I.)	2
Programación cultural	2
Música clásica	1
Música juvenil en español y en inglés	1
Programación híbrida	1
Total	33

cabeza, el cual irrumpe en el país y se hace escuchar en emisoras como “Radio 590” (590 khz), “Radio Éxitos” (790 khz) y “Radio Capital” (1260 AM), pero también en “Radio Variedades” (1150 khz) que difunde música en inglés y en español.

Por su parte, la programación basada en “música internacional”, dirigida básicamente al público “adulto joven” y de gusto conservador, mantiene una presencia sólida, lo mismo que la “música ranchera”, habitual ocupante de espacios en el cuadrante capitalino. La programación “tropical” se limita a dos emisoras --“Radio AI“ (1320 khz) y “Radio Onda” (1530 khz)--, pues para los años sesenta esta música había dejado de tener el auge que mantuvo en las décadas de los cuarenta y los cincuenta. Ese descenso, como se comentó en los capítulos II y III, se debió fundamentalmente al hecho de que la Revolución Cubana y el bloqueo comercial a la isla provocaron que la exportación de música y músicos de esa nacionalidad fuera mucho menor en comparación con la registrada en décadas anteriores cuando la aportación cubana al mercado internacional de música popular-comercial era cuantioso.

Por lo que se refiere a la programación basada en música de catálogo o del recuerdo, destaca el hecho de que su presencia es ya sólida en el cuadrante durante los sesenta e incluso involucra al mayor número de emisoras hacia 1968 (véase cuadro 102). Para ese momento, la radio había difundido durante tres décadas una producción musical variada y rica con influencia en varias generaciones que, al paso del tiempo, comenzaron a evocar las canciones que escuchaban en su adolescencia y juventud. Esa nostalgia comenzó a ser comercializada, ya desde los sesenta, por la industria cultural.

Minoritaria, como en prácticamente toda la historia de la radio en México, al menos desde los años treinta, la programación de “música clásica” limitó su presencia en el cuadrante, durante la década de los sesenta, a una sola emisora comercial, la XELA (830 khz), que trabajó con ese formato desde su fundación a inicios de los años cuarenta, y a una cultural, Radio UNAM (860 khz). Al final de la década, Radio Educación, reaparecida en el cuadrante capitalino en 1968, abriría también espacios para esta música.

3. Los setenta: explosión de la FM

Época de sólido crecimiento económico en la industria de la radiodifusión, la década de los setenta registró un acontecimiento importante cuando en 1975 el consorcio Televisa, que había manejado de manera dispersa sus radiodifusoras, tanto en el Distrito Federal como en otros lugares de la república, decidió reunirlas en un grupo cohesionado al cual dio el nombre de Radiópolis.

Otro conglomerado radiofónico que se reestructuró en esa década fue el encabezado por el empresario Rogerio Azcárraga Madero, cuyas emisoras habían operado bajo la denominación de Grupo Oro durante la década anterior y en los setenta fueron reorganizados bajo el nombre de Radio Fórmula.

Precisamente Radio Fórmula habría de protagonizar uno de los cambios más significativos ocurridos en el cuadrante del DF en los años setenta: la pérdida de tres de sus emisoras y el traslado de éstas a la égida del gobierno de la república como consecuencia del endeudamiento acumulado por esa empresa con las secretarías de Hacienda y Crédito Público, por impuestos no pagados, y de Comunicaciones y Transportes (SCT), por suministro también impago de servicios de telecomunicaciones.

Este proceso se originó en 1976 cuando el Grupo Radio Fórmula penetró en dificultades financieras y fiscales. Para cubrir sus adeudos, decidió vender algunas de las emisoras que operaba. En esa época constituían el grupo siete estaciones: XERPM (660 khz), XEMP (710 khz), XEDF (970 khz), XEB (1120 hhz), XESM (1470 khz), XERH (1500 khz) y XEDF FM (104.1 mhz). Inicialmente, Radio Fórmula había decidido vender tres --XEB, XEMP y XERPM-- y pensó hacerlo a tres grupos radiofónicos privados diferentes. Sin embargo, la venta a radiodifusores privados no se concretó y el 21 de diciembre de 1978 las emisoras pasaron a ser propiedad del Gobierno Federal debido a que Radio Fórmula no había logrado cubrir el adeudo contraído con Hacienda y la SCT. Finalmente, en febrero de 1979, se hizo público que por acuerdo de las secretarías de Comunicaciones y Transportes y de Hacienda y Crédito Público, las emisoras XERPM, XEMP y XEB habían pasado a ser propiedad del Estado y serían adscritas a la Secretaría de Gobernación. Para operar las emisoras de manera

coordinada, la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía de esa secretaría constituyó el Grupo RTC-Radio. Este grupo de emisoras sería la base con la que en 1983 se formaría el Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

Pero, sin duda, la gran transformación en la radio del DF durante la década de los setenta fue el crecimiento acelerado que registró la banda de FM. La primera evidencia de tal expansión fue el incremento en el número de estaciones instaladas en esa banda, el cual aumentó en más del doble comparado con la década anterior: de 9 emisoras en 1968 el número pasó a 23 el año de 1973.

Durante los años sesenta, el escaso número de aparatos receptores dotados con el dispositivo para captar señales de FM y su alto costo hacían a esta banda poco atractiva para los anunciantes; esto, a su vez, provocaba que también a los radiodifusores les pareciera poco atractivo solicitar concesiones para operar este tipo de frecuencias. Los grupos radiofónicos más fuertes en el DF no se mostraban aún interesados en realizar inversiones en esta banda, esperaban a que la radio de FM comenzara a desarrollarse.

Al inicio de los años setenta surgió dentro de la industria radiofónica un movimiento dirigido a fortalecer la explotación comercial de la banda de FM. Como las estaciones que operaban en ella transmitían muy pocos anuncios, se había extendido entre el público la idea de que la radio de FM no era comercial sino "cultural" y que podía incluso ser utilizada para proveer de "música ambiental" a oficinas, tiendas, hoteles o restaurantes. Obviamente, los concesionarios querían terminar con esa impresión totalmente ajena a sus intereses.

Para terminar con la imagen de la FM como “radio cultural” o “ambiental” y empezar a comercializar sus espacios, se formó el 23 de abril de 1970 la Asociación de Radiodifusores de Frecuencia Modulada encabezada por Francisco Sánchez Campuzano (en esa época ejecutivo de Radio Mil), su primer presidente, Otros radiodifusores que impulsaron esta asociación fueron: Joaquín Vargas Gómez (de Estereorey), Salvador Arreguín Jr. (de XEDA FM, Radio Imagen), Mario Vargas (de XEW FM) y Enrique Bernal Servín (de Radio Mundo FM). El objetivo explícito de la agrupación era: “Crear y promover la imagen que se debe tener de la Frecuencia Modulada ante el auditorio, anunciantes y publicistas, para

acabar, de una vez por todas, con la idea errónea de que la FM es música sin anuncios o música ambiental para restaurantes, hoteles, etcétera".[15] Para ello, los dirigentes de la asociación entraron en contacto con fabricantes de aparatos electrónicos con el fin de solicitarles que abarataran el precio de los receptores en FM y esa tecnología pudiera popularizase; asimismo, se entrevistaron con publicistas y anunciantes para pedirles que apoyaran con *spots* a las estaciones comerciales de esa banda.

El éxito de esta asociación como impulsora de la radio de FM hizo que sus socios, también concesionarios de estaciones de AM, decidieran crear una organización que promoviera los intereses de toda la industria radiofónica en el Distrito Federal, sin distinción de banda transmisora. De esta manera, la Asociación de Radiodifusores de Frecuencia Modulada se convirtió en Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal (ARDF, actualmente Asociación de Radiodifusores del Valle de México), que se constituyó formalmente el 28 de septiembre de 1973 con el propio Sánchez Campuzano como "coordinador general". Para ese momento había en el Distrito Federal 32 emisoras de AM y 18 de FM. A mediados de la década de los setenta, la FM y la AM prácticamente no se diferenciaban en cuanto al número de comerciales transmitidos.

Ya con una perspectiva clara acerca del futuro comercial de la FM, los grandes grupos radiofónicos empezaron a interesarse en ese segmento de frecuencias. En 1973, Radio Centro ingresó a la banda de FM con tres emisoras: XEJP FM, "Radio Joya" (93.7 mhz); XERC FM, "Radio Hits" (97.7); y XEQR FM, "Radio Universal" (107.3 mhz). Otro grupo que inició actividades en la banda de FM fue Acir, que en 1974 adquirió una parte del paquete accionario de la emisora XHSH, "Radio Amistad" (95.3 mhz), la cual Acir ya operaba desde fines de los años sesenta, aunque sin intervenir todavía en la propiedad. En los años ochenta, Acir adquiriría todas las acciones de esa emisora.

También en los años setenta ingresó a la actividad radiofónica, un nuevo grupo que inició sus actividades precisamente a partir de la explotación comercial de

[15] *Boletín Radiofónico TV* no. 850, 16 de mayo de 1970, p. 1.

CUADRO 103. DIAL RADIOFÓNICO EN MÉXICO DF (1973) --Banda de AM--

	Frecuencia	Sigla	Nombre	Potencia (Watts)	Programación	Grupo
1	560	XEOC	Radio Chapultepec	1 000	Música internacional	No afiliada
2	590	XEPH	Radio 590, La Pantera	5 000	Música juvenil en inglés	Radio Mil
3	620	XENK	Radio 620, Con la música que llegó para quedarse	10 000	Música internacional y éxitos del Hit Parade	No afiliada
4	660	XERPM	Radio Juventud	10 000	Música juvenil en inglés	Radio Fórmula
5	690	XEN	Radio Mundo 73	20 000	Música internacional	Compañía Mexicana de Radiodifusión
6	710	XEMP	Canal 71 Radiorama	1 200	Música internacional,	Radio Fórmula
7	730	XEX	Radio 73	100 000	N. I.	Radiópolis
8	760	XEABC	Radio Moderna			
9	790	XERC	Radio Éxitos, Campeona en éxitos musicales	10 000	Música juvenil en inglés	Radio Centro
10	830	XELA	Buena Música en México	10 000	Música clásica	Imagen
11	860	XEUN	Radio UNAM		Programación cultural	--
12	900	XEW	La Voz de la América Latina desde México	250 000	Programación hablada	Radiópolis
13	940	XEQ	XEQ 940 AM	100 000	Programación hablada	Radiópolis
14	970	XEDF	LA DF, La Estación del Distrito Federal	10 000	Música juvenil en español	Radio Fórmula
15	1000	XEOY	Radio Mil	10 000	Música juvenil en español	Radio Mil
16	1030	XEQR	Radio Centro, Música ligada a su recuerdo	10 000	Música mexicana de catálogo	Radio Centro
17	1060	XEEP	Radio Educación	--	Programación cultural	--
18	1110	XERCN	Onda 111	50 000	Programación hablada	Radio Cadena Nacional
19	1150	XEJP	Radio Variedades, Reina de la popularidad en México	10 000	Música juvenil en español	Radio Centro
20	1180	XEFR	Radio Felicidad	1 000	Música juvenil en español	ACIR
21	1220	XEB	La B	50 000	Música mexicana de catálogo	Radio Fórmula
22	1260	XEL	Radio Capital, Consentida de la juventud	10 000	Música juvenil en inglés	ACIR
23	1290	XEDA	Radio 13, Sonido Internacional	10 000	Música internacional	Imagen
24	1320	XEAI	Radio AI	--	Música Tropical	Radio Centro
25	1350	XEQK	La Hora Exacta	1 000	La hora exacta minuto a minuto	
26	1380	XECO	Radio Eco, Música Que llega a su corazón	5 000	Música Romántica	Radio Mil
27	1410	XEBS	Radio Sinfonola	5 000	Música Ranchera	Radio Mil
28	1440	XELZ	Radio LZ, Música de pegue	10 000	Música ranchera y norteña	Radio Centro
29	1470	XESM	Radio Fiesta	10 000	Música tropical	Radio Fórmula
30	1500	XERH	Radio Tricolor	20 000	Música ranchera y del folklore nacional	Radio Fórmula
31	1530	XEUR	Radio Onda	5 000	Música Tropical	Radio Mil
32	1560	XEVIP	Radio VIP	10 000	Música y programas hablados en inglés	Radio Programas de México
33	1590	XEVOZ	Radio Voz	10 000	Música mexicana de catálogo	ACIR

Fuente: Elaborado con datos de Medios Publicitarios Mexicanos, *Directorio de Medios Audiovisuales*, México, 1973, y de Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM), *Una historia que sí suena 1973 -1998*, México 1998.
N.I. No identificada

CUADRO 104. DIAL RADIOFÓNICO EN MÉXICO DF (1978)
--Banda de AM—

	Frecuencia	Sigla	Nombre	Potencia (Watts)	Programación	Grupo
1	560	XEOC	Radio Chapultepec	1 000 (D) 500 (N)	Música internacional	Radio S.A.
2	590	XEPH	Radio 590	5 000	Música juvenil en inglés	Radio Mil
3	620	XENK	Radio 620, Con la música que llegó para quedarse	1 000 (D) 500 (N)	Música internacional	No afiliada
4	660	XERPM	Radio Juventud	10 000	Música juvenil en inglés	Radio Fórmula
5	690	XEN	Radio Mundo 78	20 000	Música internacional	Compañía Mexicana de Radiodifusión
6	710	XEMP	N. I.	1 200 (D) 600 (N)	Música internacional	Radio Fórmula
7	730	XEX	La primera emisora de noticias y deportes	100 000	Programación hablada	Televisa Radio
8	760	XEABC	Radio ABC Internacional	20 000	Música internacional	RAVEPSA
9	790	XERC	Radio Éxitos	10 000	Música Juvenil en inglés	Radio Centro
10	830	XELA	Buena Música en México	10 000	Música clásica	Imagen
11	860	XEUN	Radio UNAM	--	Programación cultural	--
12	900	XEW	La Voz de la América Latina desde México	250 000	Programación hablada	Radiópolis
13	940	XEQ	XEQ 940 AM	50 000	Programación hablada	Radiópolis
14	970	XEDF	LA DF, La Estación del Distrito Federal	10 000	Música nostálgica en español (Catálogo en español)	Radio Fórmula
15	1000	XEOY	Radio Mil	10 000	Música juvenil en español	Radio Mil
16	1030	XEQR	Radio Centro, Música ligada a su recuerdo	10 000	Música de catálogo en español	Radio Centro
17	1060	XEEP	Radio Educación	--	Programación cultural	--
18	1110	XERCN	Radio Red	50 000	Programación hablada	Radio Programas de México
19	1150	XEJP	Radio Variedades, Reina de la popularidad en México	10 000	Música juvenil en español	Radio Centro
20	1180	XEFR	Radio Felicidad	1 000	Música juvenil en español	ACIR
21	1220	XEB	La B	50 000	Música mexicana de catálogo	Radio Fórmula
22	1260	XEL	Radio Capital, Consentida de la juventud	10 000	Música juvenil en inglés	ACIR
23	1290	XEDA	Radio 13	10 000	Música internacional	Imagen
24	1320	XECMQ	Radio Sensación	10 000	Música juvenil en español	Radio Centro
25	1350	XEQK	La Hora Exacta	1 000	La hora exacta minuto a minuto	No afiliada
26	1380	XECO	Radio Eco, Música que llega a su corazón	5 000	Música romántica (Catálogo en español)	Radio Mil
27	1410	XEBS	Radio Sinfonola	5 000 (D) 1 000 (N)	Música Ranchera	Radio Mil
28	1440	XEAI	La Tropical Moderna	10 000	Música tropical	Radio Centro
29	1470	XESM	--	10 000 (D) 5 000 (N)	Música ranchera	Radio Fórmula
30	1500	XERH	La RH	20 000	Música tropical	Radio Fórmula
31	1530	XEUR	Radio Onda	5 000	Música tropical	Radio Mil
32	1560	XEVIP	Radio VIP, (transmisión en inglés)	10 000 (D) 5 000 (N)	Programación hablada y música en inglés	Radio Programas de México
33	1590	XEVOZ	Radio Voz	10 000	Música mexicana de catálogo	ACIR

Fuente: Elaborado con datos de Medios Publicitarios Mexicanos, *Directorio de Medios Audiovisuales*, México, 1978; y de Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM), *Una historia que sí suena 1973 -1998*, México 1998.

CUADRO 105. DIAL RADIOFÓNICO EN MÉXICO DF
(1973)
--Banda de FM--

	Frecuencia	Sigla	Nombre	Potencia (watts)	Programación	Grupo
1	88.9	XHFM	Un oasis en FM	40 000	Música internacional	SOMER
2	89.7	XEBS FM	La Chica Musical	12 000	Música juvenil en español	Radio Mil
3	90.5	XEDA FM	Radio Imagen	50 000	Música juvenil en inglés	Imagen
4	91.3	XEQK FM	La Hora Exacta	30 000	La hora exacta minuto a minuto	No afiliada
5	92.1	XHFO	Radio Triunfadora	1 000	Música internacional	No afiliada
6	92.9	XEQ FM	XEQ FM	--	N. I.	Radiópiolis
7	93.7	XEJP FM	Radio Joya, Tesoro Musical de México	3 500	Música romántica “fina” (español de catálogo)	Radio Centro
8	95.3	XHSH	Radio Amistad	5 000	Música internacional	ACIR
9	96.1	XEUN FM	Radio UNAM	--	Programación cultural	--
10	96.9	XEW FM	XEW FM	10 000	Música juvenil en inglés	Radiópolis
11	97.7	XERC FM	Radio Hits	3 500	Música internacional	Radio Centro
12	98.5	XELA FM	Buena Música en México	--	Música clásica	Imagen
13	99.3	XHPOP	Stereo Pop, Música Feliz	120 000	Música internacional	ARTSA
14	100.1	XHMM	Radio Maranatha	1 000	Música internacional	SOMER
15	100.9	XEOY FM	Estéreo Mil, La primera estación en FM con sonido estereofónico	60 000	Música juvenil en español	Radio Mil
16	101.7	XEX FM	Estéreo 102 “Full time in English”	40 000	Música juvenil en inglés	Radiópolis
17	102.5	XHV	Stereo Rey, La máxima dimensión en radio	10 000	Música internacional	Frecuencia Modulada Mexicana
18	103.3	N. I.	N. I.	N. I.	N. I.	N. I,
19	104.1	N. I,	N. I.	N. I.	N. I.	N. I.
20	104.9	XHBST	Stereo Best “Music for the two of us”	80 000	Música internacional	Frecuencia Modulada Mexicana
21	105.7	XHOF	Radio D (permisionada al gobierno del DF)	--	Programación cultural	
22	106.5	XHD FM	Fórmula Melódica	120 000	Música romántica en español para el “adulto joven” (español de catálogo)	ARTSA
23	107.3	XEQR FM	Radio Universal	3 500	Música juvenil en inglés	Radio Centro

Fuente: Elaborado con datos de Medios Publicitarios Mexicanos, *Directorio de Medios Audiovisuales*, México, 1973; y de Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM), *Una historia que sí suena 1973 -1998*, México 1998.
N.I. No identificada

CUADRO 106. DIAL RADIOFÓNICO EN MÉXICO DF
(1978)
--Banda de FM--

	Frecuencia	Sigla	Nombre	Potencia	Programación	Grupo
1	88.9	XHM	Sonido 89	40 000	Música internacional	ARTSA
2	89.7	XEOY FM	Estéreo Mil, El sonido de los clásicos	120 000	Música Clásica (“Fragmentos populares”)	Radio Mil
3	90.5	XEDA FM	Radio Imagen	50 000	Música internacional	Imagen
4	91.3	XEQK FM	La Hora Exacta	30 000	La hora exacta minuto a minuto	No afiliada
5	92.1	XHFO	Radio Triunfadora	20 000	Música internacional	No afiliada
6	92.9	XEQ FM	XEQ FM	-	N. I.	Televisa Radio
7	93.7	XEJP FM	Radio Joya, Tesoro musical de México	100 000	Música romántica fina (de catálogo en español)	Radio Centro
8	95.3	XHSH	Radio Amistad	10 000	Música internacional	ACIR
9	96.1	XEUN FM	Radio UNAM	-	Programación cultural	--
10	96.9	XEW FM	XEW FM	40 000	Música juvenil en inglés	Radiópolis
11	97.7	XERC FM	Radio Hits	100 000	Música internacional	Radio Centro
12	98.5	XELA FM	Buena Música en México	50 000	Música clásica	Imagen
13	99.3	XHPOP	“Música Feliz”	120 000	Música internacional	ARTSA
14	100.1	XHMM	Stereo Cien	10 000	Música internacional	SOMER
15	100.9	XHSON	Sonomil	60 000	Música internacional	Radio Mil
16	101.7	XEX FM	Lo más moderno de la música agradable y lo más agradable de la música moderna	40 000	Música contemporánea en inglés	Televisa Radio
17	102.5	XHV	Estéreo Rey “La máxima dimensión en radio”	10 000	Música internacional	Frecuencia Modulada Mexicana
18	103.3	XERPM FM	--	--	Música clásica	Radio Fórmula
19	104.1	XEDF FM	Jazz FM-	--	Música de jazz.	Radio Fórmula
20	104.9	XHBST	FM Globo	80 000	Música internacional	Frecuencia Modulada Mexicana
21	105.7	XHOF	Radio D (permisionada al gobierno del DF)	--	Programación cultural	--
22	106.5	XHD FM	Fórmula Melódica	120 000	Música romántica en español para el “adulto joven” (español de catálogo)	ARTSA
23	107.3	XEQR FM	Radio Universal	100 000	Música moderna y juvenil en inglés	Radio Centro

Fuente: Elaborado con datos de Medios Publicitarios Mexicanos*, Directorio de Medios Audiovisuales*, México, 1978; y de Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM), *Una historia que sí suena 1973 -1998*, México 1998.
N.I. No identificada

emisoras en la banda de FM. Se trata del grupo Frecuencia Modulada Mexicana, fundado por el señor Joaquín Vargas Gómez, que en 1967 obtuvo concesión para operar la estación XHV "Stereo Rey" (102.5 mhz). En las décadas posteriores, este grupo ampliaría sus actividades en la banda de FM y en otros ámbitos de los medios electrónicos, como el de la televisión pagada, esto último a través de la empresa Multivisión. En 1972 el grupo comenzó a operar la frecuencia de 104.9 mhz que inicialmente fue conocida como "Stereo Best" y posteriormente como "FM Globo".

Finalmente, otra emisora que ingresó a la banda de FM en los años setenta fue XHOF (105.7 mhz), que en 1970 empezó a operar mediante permiso otorgado al Departamento del Distrito Federal (DDF) y más tarde, en los años ochenta, como veremos más adelante, se convirtió en una de las estaciones fundadoras del Instituto Mexicano de la Radio.

3.1. *Rock, pop, jazz y salsa*

Durante los años setenta, los rubros de "música internacional" y "música juvenil" se mantuvieron como los mayoritarios en el cuadrante de AM. La "música internacional" logró reunir el mayor número de emisoras (en 1973 eran 5 y en 1978 sumaban 6), aunque si se sumaran las estaciones que transmitían "música moderna y juvenil en español" con las que difundían este mismo género pero en inglés, la música dirigida a los jóvenes sumaría el mayor número en el cuadrante.

En el segundo lustro de la década se observó un incremento en la categoría de "música de catálogo en español". Asimismo, la "música tropical" registró un ligero incremento debido a la irrupción en México del movimiento denominado "Salsa" que abrió las puertas del mercado discográfico y radiofónico a grupos y cantantes de nacionalidad puertorriqueña y dominicana, los cuales se encargaron de suplir la ausencia de música cubana, principal componente de este mercado en otras épocas. Como puede verse en los cuadros 107 y 108 el número de estaciones dedicado a esta clase de música en la década fue de tres, una más que en el decenio anterior. Un dato curioso es que la emisora conocida como "Radio AI, la Tropical grande de México", operada por el Grupo Radio Centro, cambió de frecuencia y se trasladó de los 1320 khz al canal de 1440 khz con el nombre de

CUADRO 107. CLASIFICACIÓN DE EMISORAS POR TIPO DE PROGRAMACIÓN
MÉXICO, DF
(1973)
--Banda de AM--

Tipo de programación	No. estaciones
Música internacional	5
Programación hablada	4
Música juvenil en inglés	4
Música de catálogo en español	4
Música juvenil en español	4
Música ranchera	3
Música Tropical	3
Formato no identificado (N.I.)	2
Programación cultural	2
Música clásica	1
Programación híbrida	1
Total	33

Cuadro 108. CLASIFICACIÓN DE EMISORAS POR TIPO DE PROGRAMACIÓN
MÉXICO, DF
(1978)
--Banda AM—

Tipo de programación	No. estaciones
Música internacional	6
Música de catálogo en español	5
Programación hablada	5
Música juvenil en inglés	4
Música juvenil en español	4
Música tropical	3
Música ranchera	2
Programación cultural	2
Música clásica	1
Programación híbrida	1
Total	33

CUADRO 109. CLASIFICACIÓN DE EMISORAS POR TIPO DE PROGRAMACIÓN
MÉXICO, DF
(1973)
--Banda de FM--

Tipo de programación	No. estaciones
Música internacional	8
Música juvenil en inglés	4
Formato no identificado (N.I.)	3
Música juvenil en español	2
Música de catálogo en español	2
Programación cultural	2
Música clásica	1
Programación hablada	1
Total	23

CUADRO 110. CLASIFICACIÓN DE EMISORAS POR TIPO DE PROGRAMACIÓN
MÉXICO, DF (1978)
--Banda de FM--

Tipo de programación	No. estaciones
Música internacional	10
Música clásica	3
Música juvenil en inglés	2
Música de catálogo en español	2
Programación cultural	2
Jazz	1
Música contemporánea en inglés	1
Formato no identificado (N.I.)	1
Programación hablada	1
Total	23

“Radio AI, la tropical moderna”.

Por su parte, la “música ranchera” otro de los géneros habituales en el cuadrante del DF, tuvo en esta década un ligera variación negativa el pasar de tres estaciones en el primer lustro a únicamente dos en el segundo. Esto se debió a la desaparición de “Radio LZ” que transmitió con el lema de “Música de pegue” en los 1440 khz y fue sustituida en el segundo lustro de los setenta por la emisora *tropicalera* “Radio AI”

En contraste con lo ocurrido en la banda de AM en los años setenta, la banda de FM sí registró cambios importantes en esa década. Aunque el tipo de música que se transmitió mayoritariamente siguió siendo la “internacional” –predominante en FM durante la década anterior-- se empezaron a difundir otros géneros. La música juvenil, por ejemplo, ocupó un espacio importante, como puede verse en los cuadros 105 y 106, no obstante en su modalidad de música en inglés sufrió un decremento en el periodo1973-1978 cuando su número pasó de 4 emisoras a sólo 2. Destaca, por otro lado, el hecho de que en 1978 el número de estaciones que difundía música clásica en FM fue de tres. Y destaca también que en esa época haya entrado en operación una de las pocas estaciones especializadas en jazz que han existido en la radio mexicana: “Jazz FM”, XEDF FM (104.1 mhz), operada por Radio Fórmula, con el locutor Roberto Morales, como voz distintiva.

4. Los ochenta: la década estereofónica

Uno de los acontecimientos más relevantes ocurridos en la radio del DF en la década de los ochenta fue la constitución del Instituto Mexicano de la Radio (IMER), creado por decreto presidencial publicado el 25 de marzo de 1983 en el *Diario Oficial de la Federación*. Mediante este decreto pasaron a formar parte del IMER las emisoras XEB, XERPM y XEMP, que habían estado integradas anteriormente al Grupo RTC, además de la estación de onda corta “Radio México”, y la de FM, XHOF, que hasta esa fecha había sido operada por el Departamento del Distrito Federal. Posteriormente, en noviembre de 1984, el

CUADRO 111. DIAL RADIOFÓNICO EN MÉXICO DF (1983)
--Banda de AM--

	Frecuencia	Sigla	Nombre	Potencia (Watts)	Programación	Grupo
1	560	XEOC	Radio Chapultepec	5 000	Música internacional	Radio S.A:
2	590	XEPH	Radio 590, La Pantera	5 000	Música moderna y juvenil en inglés (pop-rock)	Radio Mil
3	620	XENK	Radio 620, Con la música que llegó para quedarse	10 000 (D) 5 000 (N)	Música internacional	No afiliada
4	660	XERPM	-- Radio 660 -- Radio Infantil	10 000	--Música Tropical --Programación para niños	-- Grupo RTC -- IMER
5	690	XEN	Radio Mundo	20 000	Música Internacional	Corporación Mexicana de Radio
6	710	XEMP	-- Radio 710 -- Opus 710	1 000	--Música internacional -- Música clásica	- Grupo RTC Radio - IMER
7	730	XEX	XEX, Tú estación	100 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	Radiópolis
8	760	XEABC	Radio ABC Internacional	20 000 (D) 5 000 (N)	Programación hablada	No afiliada
9	790	XERC	Radio Éxitos	10 000	Música moderna y juvenil en inglés (pop-rock)	Radio Centro
10	830	XELA	Buena Música en México	10 000	Música clásica	Grupo Imagen
11	860	XEUN	Radio UNAM	--	Programación cultural	--
12	900	XEW	La radio del nuevo siglo	250 000	Programación hablada	Radiópolis
13	940	XEQ	La Q Mexicana	50 000	Música mexicana de catálogo	Radiópolis
14	970	XEDF	Radio Fantástica	10 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	Radio Fórmula
15	1000	XEOY	Radio Mil	10 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	Radio Mil
16	1030	XEQR	Radio Centro, Música ligada a su recuerdo	10 000	Música de hoy y siempre (de catálogo en español)	Radio Centro
17	1060	XEEP	Radio Educación	--	Programación cultural	--
18	1110	XERED	Radio Red	50 000	Programación hablada	Radio Programas de México
18	1150	XEJP	Radio Variedades	10 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	Radio Centro
19	1180	XEFR	Radio Felicidad	5 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	ACIR
20	1220	XEB	--La B Grande de México --La estación familiar	100 000	Música tradicional mexicana (español de catálogo)	- Grupo RTC Radio - IMER
22	1260	XEL	Radio Capital	10 000	Música moderna y juvenil en inglés (pop-rock)	ACIR
23	1290	XEDA	Radio 13	10 000	Música internacional	Grupo Imagen
24	1320	XECMQ	Radio Sensación	10 000	Música moderna en español e inglés	Radio centro
25	1350	XEQK	La Hora Exacta	10 000	La hora exacta	IMER
26	1380	XECO	Radio Eco	5 000	Música romántica (de catálogo en español)	Radio Mil
27	1410	XEBS	Radio Sinfonola	5 000 (D) 1 000 (N)	Música ranchera	Radio Mil
28	1440	XEEST	Estudiantes AM	10 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	Radio Centro
29	1470	XESM	Radio Cañón	10 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	Radio Fórmula
30	1500	XEAI	Canal Tropical	20 000	Música Tropical	Radio Fórmula
31	1530	XEUR	Radio Onda	5 000	Música Tropical	Radio Mil
32	1560	XEFAJ	Radio Consentida	20 000	Música ranchera	Radio Centro
33	1590	XEVOZ	Radio Voz	10 000	Música mexicana de catálogo	ACIR

Fuente: Elaborado con datos de Medios Publicitarios Mexicanos, *Directorio de Medios Audiovisuales*, México, 1983; y de Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM), *Una historia que sí suena 1973 -1998*, México 1998.

IMER firmó un contrato con la compañía La Hora Exacta S.A., concesionaria de las emisoras XEQK AM y XEQK Onda Corta, para que los derechos de explotación de éstas pasaran al instituto. Aunque la operación de compraventa se cerró hasta 1989, el IMER empezó a administrar esas dos estaciones desde 1984. La XEQK transmitía la hora exacta minuto a minuto y había sido propiedad sucesivamente del señor Angel H. Ferreiro y después de Guillermo Morales Blumenkron. Al pasar al IMER las dos estaciones conservaron su perfil y el nombre de *La Hora Exacta*.

También en 1984, el IMER obtuvo el permiso para operar la única frecuencia de FM que aún permanecía desocupada en el Distrito Federal: la de 94.5 megahertz.[16] A pesar de que el permiso le fue otorgado ese año, la emisora comenzó a operar hasta julio de 1986 con el nombre de “Opus 94” con una programación basada en música clásica y con la sigla XHIMER. Al entrar al aire “Opus 94”, la frecuencia de “710 khz”, que transmitía música clásica en la banda de AM con el nombre de “Opus 710”, se transformó en “Radio Información”, especializada en la difusión de noticias.

Otro cambio ocurrido en la banda de AM fue la adquisición en 1989 de la estación XEABC (760 khz) por parte de la empresa periodística Organización Editorial Mexicana, propiedad del empresario Mario Vázquez Raña.

Pero el acontecimiento de mayor relevancia en los años ochenta fue el desplazamiento de la radio de AM como la de mayor audiencia en el país y su reemplazo en esa condición por la de FM. Al desarrollo de este fenómeno contribuyó en gran medida el hecho de que en México, desde los años setenta, las emisoras de Frecuencia Modulada transmitían en estereofonía, a diferencia de las

---

[16] Como veremos más adelante, en el apartado dedicado al análisis de la radio capitalina en los años noventa y el principio del siglo XXI, las normas técnicas vigentes en México para la banda de FM exigían dejar libre, entre dos emisoras contiguas, un espacio vacío de 0.8 megahertz con el objeto de evitar interferencias entre ellas. De acuerdo con esta disposición sólo cabían 25 estaciones de alta potencia en la banda de 88 a 108 meghertz, de ahí que el espacio de 94.5 mhz ocupado por el IMER en 1986 fuera el último de los canales susceptibles de ser ocupados. Hacia el final de los años noventa, con el aval de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, dos estaciones entrarían a la banda de FM sin respetar la disposición de tener un espacio vacío de 0.8 mhz entre ellas y las emisoras contiguas: “Horizonte 108”, del IMER, e “Ibero 90.9, Radio”.

CUADRO 112. DIAL RADIOFÓNICO EN MÉXICO DF (1988)
--Banda de AM--

	Frecuencia	Sigla	Nombre	Potencia (Watts)	Programación	Grupo
1	560	XEOC	Radio Chapultepec	5 000	Música internacional	Radio S.A.
2	590	XEPH	Espacio 59	5 000	Música juvenil en inglés y español (pop y rock)	Radio Mil
3	620	XENK	Radio 620, Con la música que llegó para quedarse	10 000 (D) 5 000 (N)	Música internacional	No afiliada
4	660	XERIN	Radio Infantil	10 000	Programación para niños	IMER
5	690	XEN	Radio Mundo	20 000	Música Internacional	Corporación. Mexicana de Radiodifusión
6	710	XEMP	Radio Información	1 000	Programación hablada	IMER
7	730	XEX	XEX, El mundo de tu música	100 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	Radiópolis
8	760	XEABC	Radio ABC Internacional	20 000 (D) 5 000 (N)	Programación hablada	No afiliada
9	790	XERC	Radio Exitos	10 000	Música moderna y juvenil en inglés (pop-rock)	Radio Centro
10	830	XELA	Buena Música en México	10 000	Música clásica	Imagen
11	860	XEUN	Radio UNAM	--	Programación cultural	UNAM
12	900	XEW	La radio del nuevo siglo	250 000	Programación hablada	Radiópolis
13	940	XEQ	La Q Mexicana	50 000	Música mexicana de catálogo	Radiópolis
14	970	XEDF	-- Fórmula 970, -- Radio Espectáculo	10 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	Radio Fórmula
15	1000	XEOY	Radio Mil	10 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	Radio Mil
16	1030	XEQR	Radio Centro	10 000	Música de hoy y siempre (español de catálogo)	Radio Centro
17	1060	XEEP	Radio Educación	--	Programación cultural	--
18	1110	XERED	Radio Red	50 000	Programación hablada	Radio Programas de México
18	1150	XEJP	Radio Variedades	10 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	Radio Centro
19	1180	XEFR	Radio Felicidad	5 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	ACIR
20	1220	XEB	XEB Radio México	100 000	Música mexicana de catálogo	IMER
22	1260	XEL	Radio Capital	10 000	Música moderna y juvenil en inglés (pop-rock)	ACIR
23	1290	XEDA	Radio 13	10 000	Música internacional	Imagen
24	1320	XECMQ	Radio Sensación, Para los que sienten la música	10 000	Música moderna en español e inglés	Radio centro
25	1350	XEQK	LA Hora Exacta	10 000	La Hora Exacta	IMER
26	1380	XECO	Dimensión 1380	5 000	Música de catálogo en español	Radio Mil
27	1410	XEBS	Radio Sinfonola	5 000 (D) 1 000 (N)	Música ranchera	Radio Mil
28	1440	XEEST	Radio Alegría	10 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	Radio Centro
29	1470	XESM	Radio Cañón	10 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	Radio Fórmula
30	1500	XEAI	Canal Tropical	20 000	Música Tropical	Radio Centro
31	1530	XEUR	Radio Onda	5 000	Música Tropical	Radio Mil
32	1560	XEFAJ	La Consentida	20 000	Música ranchera	Radio Centro
33	1590	XEVOZ	Radio Voz	10 000	Música mexicana de catálogo	ACIR

Fuente: Elaborado con datos de Medios Publicitarios Mexicanos, *Directorio de Medios Audiovisuales*, México, 1988; y de Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM), *Una historia que sí suena 1973 -1998*, México 1998.

de AM que conservaban el añejo sonido monaural, con excepción de XEOY AM y XEQ AM, las cuales difundían en estéreo (facultad que les servía poco debido a que prácticamente no había en el país, entonces ni ahora, receptores de AM capaces de reproducir ese sonido). Los años ochenta fueron la época en que alcanzaron auge diversos avances tecnológicos que permitieron a los radioescuchas disfrutar de un sonido sumamente fino a través de sofisticados aparatos receptores: "sistemas modulares", *walkman,* "estéreos" para automóviles, etcétera. Todo esto fortaleció la preferencia en la mayoría de los radioescuchas por el sonido estereofónico y en consecuencia por la radio que lo ofrecía: la de FM.

Todavía en 1980 la radio de AM era sintonizada en México por el 77 por ciento de los radioescuchas, mientras que la inclinación hacia la de FM era de apenas 23 por ciento. Sin embargo, durante el primer lustro de los ochenta se fue generando el gran cambio que culminó en 1985: ese año, la radio de AM registró el 35.1 por ciento de la audiencia --su público se había reducido a la mitad--, mientras que la de FM aumentó a 64.9. Para 1990 la radio de AM captaba el 44.5 por ciento de la audiencia, en tanto la de FM mantenía su predominio con el 55.5 por ciento.[17] En 1996 la proporción era de 62.6 por ciento en favor de la FM contra 37.4 para la radio de AM; para 2002, los números indicaban 71 por ciento de preferencias para FM y 29 por ciento para AM, cifras que se mantenían en 2004.[18]

La tendencia favorable respecto a la banda de FM tendría efectos importantes en la programación radiofónica durante los años noventa. La mayor parte de la oferta musical se trasladó a la banda de FM, mientras que en la de AM se incrementó la producción de programas "hablados" con el fin de atraer al sector del auditorio que se inclinaba por opciones radiofónicas distintas a las musicales.

El desplazamiento de la radio de AM en las preferencias del sector mayoritario de radioescuchas no fue exclusivo de México. En Estados Unidos, por ejemplo, el fenómeno se registró también. Para 1985, el 57.3 por ciento de los radioescuchas en ese país preferían la radio de FM, mientras que el 42.7 optaba por la de AM; en

---

[17] Véase Fernando Mejía Barquera y Gabriel Sosa Plata, "Radio digital y televisión de alta definición en México", en *Intermedios* no. 5, diciembre de 1992, pp. 36-47.

[18] Véase *Reforma*, Encuesta anual sobre consumo cultural y medios, 12 de abril de 2002, y 13 de mayo de 2004.

1985, la proporción era de 71.8 por ciento a favor de la FM por 28.2 para la AM; y para 1990 el 76. 9 por ciento del auditorio tenía a la radio de FM como su preferida contra 23.1 que seguía fiel a la de AM.[19]

4.1. *El reino del* pop

Una característica de la radio musical en los años ochenta es el incremento de emisoras dedicadas a difundir "música moderna y juvenil en español", categoría que en esa época corresponde al *pop* en español. Durante esos años, como quedó expuesto en los capítulos II y III de este trabajo el género *pop* en español alcanzó enorme auge tanto en la industria discográfica como en la radiofónica. En la banda de AM el incremento es particularmente notable, pues el número de emisoras dedicadas a este género prácticamente se duplica con relación a los años setenta.

Igualmente, llama la atención el incremento en el número de estaciones "habladas" que se registra en los años ochenta, el cual pasa de sólo una emisora en los setenta a cuatro radiodifusoras en los ochenta. Y también es llamativo el hecho de que la "música de catálogo en español", la "música del recuerdo", haya ganado terreno en la banda de AM: de dos estaciones con este tipo de programación en los años setenta, se pasó en los ochenta a cinco emisoras.

Puede afirmarse que el incremento de la "música moderna y juvenil en español" durante los años ochenta es la última expresión importante de radio dirigida a jóvenes en el cuadrante de AM en el Distrito Federal, por lo menos en el final del siglo XX y el comienzo del XXI. En la década de los noventa se iniciaría la tendencia, por parte de la industria radiofónica, a concentrar los formatos que más interesan al público de edad adulta (radio hablada y música de catálogo) en la banda de AM, y hacer migrar los dirigidos al público joven hacia la de FM.

Por su parte, la banda de FM registró en la década de los ochenta un incremento extraordinario en el rubro de "música moderna y juvenil en inglés"; este formato, (básicamente integrado por *pop* y rock), desplazó al que había sido mayoritario en FM durante las décadas de los sesenta y los setenta: la "música

---

[19] Fernando Mejía Barquera y Gabriel Sosa Plata, *op.cit.*, p. 37.
.

CUADRO 113. DIAL RADIOFÓNICO EN MÉXICO DF (1983)
Banda de FM

	Frecuencia	Sigla	Nombre	Potencia	Programación	Grupo
1	88.1	XHRED	Radio Vip (en ingles)	50 000	Música internacional	Radio Programas de México
2	88.9	XHPOP	Música Feliz 89	150 000	Música internacional	ARTSA
3	89.7	XEOY FM	Estereo Mil "El sonido de los clásicos"	150 000	Música clásica (fragmentos populares de la música clásica)	Radio Mil
4	90.5	XEDA FM	Radio Imagen	5 000	Música internacional	Grupo Imagen
5	91.3	XHRCA	La Hora Exacta	30 000	Hora exacta minuto a minuto	--
6	92.1	XHFO	Crystal FM	150 000	Balada en español	Radio Centro
7	92.9	XEQ FM	La Tropi Q	4 000	Música Tropical	Radiópolis
8	93.7	XEJP FM	Stereo Joya "Tesoro musical de México"	100 000	Música romántica y balada en español (de catálogo en español)	Radio Centro
9	95.3	XHSH	Stereo Amistad	10 000	Música internacional	ACIR
10	96.1	XEUN FM	Radio UNAM FM	--	Programación cultural	--
11	96.9	XEW FM	Magia Digital	100 000	Música moderna y juvenil en inglés (pop- rock)	Radiópolis
12	97.7	XERC FM	Radio Hits, El gran sonido	100 000	Música internacional	Radio Centro
13	98.5	XELA FM	Stereo Classic	120 000	Música clásica	Grupo Imagan
14	99.3	XHPOP	Sonido 99	120 000	Balada en español	ARTSA
15	100.1	XHMM	Stereo Cien	60 000	Música internacional	SOMER
16	100.9	XHSON	Sono Mil 101	150 000	Música moderna juvenil en inglés (pop y rock)	Radio Mil
17	101.7	XEX FM	Radio Romántica	40 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	Radiópolis
18	102.5	XHV	Stereo Rey "La máxima dimensión en radio"	120 000	Música moderna y juvenil en inglés (pop-rock)	Frecuencia Modulada Mexicana
19	103.3	XERPM FM	Estéreo 103	1 000	Música moderna y juvenil den inglés (pop y rock)	Radio Fórmula
20	104.1	XEDF FM	Jazz FM	1 000	Música de jazz	Radio Fórmula
21	104.9	XHBST	FM Globo Estéreo	120 000	Balada en español	Frecuencia Modulada Mexicana
22	105.7	XHOF	Estéreo Joven	30 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	IMER
23	106.5	XHO FM	La nueva onda	120 000	Balada en español	ARTSA
24	107.3	XEQR FM	Radio Universal	100 000	Música moderna y juvenil en inglés (pop y rock)	Radio Centro

Fuente: Elaborado con datos de Medios Publicitarios Mexicanos, *Directorio de Medios Audiovisuales*, México, 1983; y de Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM), *Una historia que sí suena 1973 -1998*, México 1998

CUADRO 114. DIAL RADIOFÓNICO EN MÉXICO DF
(1988)
--Banda de FM--

	Frecuencia	Sigla	Nombre	Potencia	Programación	Grupo
1	88.1	XHRED	Radio Vip FM 88 (en ingles)	80 000	Música moderna y juvenil en inglés (pop-rock)	Radio Programas de México
2	88.9	XHFM	Fórmula Melódica	140 000	Baladas, boleros y tríos (de catálogo en español)	ARTSA
3	89.7	XEOY FM	Estereo Mil "El sonido de los clásicos"	150 000	Música clásica (fragmentos populares de la música clásica)	Radio Mil
4	90.5	XEDA FM	Radio Imagen	50 000	Música internacional	Imagen
5	91.3	XHRCA	Alfa 91.3	40 000	Música contemporánea en inglés (soft rock)	Radio Programas de México
6	92.1	XHFO	Cristal FM	150 000	Balada en español	Radio Centro
7	92.9	XEQ FM	La Tropi Q	100 000	Música Tropical	Radiópolis
8	93.7	XEJP FM	Stereo Joya	100 000	Balada en español	Radio Centro
9	94.5	XHIMER	Opus 94	50 000	Música clásica	IMER
10	95.3	XHSH	Stereo Amistad	10 000	Música internacional	ACIR
11	96.1	--	Radio UNAM FM	--	Programación cultural	--
12	96.9	XEW FM	WFM, Magia Digital	100 000	Música moderna y juvenil en inglés (pop y rock)	Radiópolis
13	97.7	XERC FM	Estéreo 97.7	100 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	Radio Centro
14	98.5	XELA FM	Stereo Classic	120 000	Música clásica	Imagen
15	99.3	XHPOP	Sonido 99	120 000	Música juvenil en español e inglés (pop)	ACIR
16	100.1	XHMM	Stereo Cien	180 000	Música contemporánea en inglés (soft rock)	SOMER
17	100.9	XHSON	Rock 101	180 000	Música moderna y juvenil en inglés (pop y rock)	Radio Mil
18	101.7	XEX FM	Estelar FM "Música para estar más cerca de ti"	100 000	Balada moderna en español	Radiópolis
19	102.5	XHV	Stereo Rey	180 000	Música moderna y juvenil en inglés (pop-rock)	Frecuencia Modulada Mexicana
20	103.3	XERPM FM	Estéreo 103	80 000	Música moderna y juvenil en inglés (pop-rock)	Radio Fórmula
21	104.1	XEDF FM	Jazz FM	80 000	Música de jazz	Radio Fórmula
22	104.9	XHBST	FM Globo Estéreo	120 000	Balada en español	Frecuencia Modulada Mexicana
23	105.7	XHOF	Estéreo Joven	30 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	IMER
24	106.5	XHDFM	Estéreo Amor	120 000	Balada en español	ARTSA
25	107.3	XEQR FM	Radio Universal	120 000	Rock de los 50´s a los 90's y pop de los 70's a los 90´s (inglés de catálogo)	Radio Centro

Fuente: Elaborado con datos de Medios Publicitarios Mexicanos*, Directorio de Medios Audiovisuales*, México, 1988; y de Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM), *Una historia que sí suena 1973 -1998*, México 1998.

CUADRO 115. CLASIFICACIÓN DE EMISORAS POR TIPO DE PROGRAMACIÓN
MÉXICO, DF
(1983)
--Banda de AM--

Tipo de programación	No. estaciones
Música moderna y juvenil en español (pop)	8
Música de catálogo en español	5
Programación hablada	4
Música internacional	3
Música moderna y juvenil en inglés (pop-rock)	3
Música Tropical	3
Música ranchera	2
Programación cultural	2
Música clásica	2
Música moderna en español y en inglés	1
Total	33

CUADRO 116. CLASIFICACIÓN DE EMISORAS POR TIPO DE PROGRAMACIÓN
MÉXICO, DF
(1988)
--Bande AM--

Tipo de programación	No. Estaciones
Música moderna y juvenil en español (pop)	7
Música de catálogo en español	5
Programación hablada	5
Música internacional	4
Música moderna y juvenil en inglés (pop)	2
Música Tropical	2
Música ranchera	2
Música moderna en español y en inglés	2
Programación cultural	2
Música clásica	1
Programación para niños	1
Total	33

CUADRO 117. CLASIFICACIÓN DE EMISORAS POR TIPO DE PROGRAMACIÓN
MÉXICO, DF
(1983)
--Banda de FM--

Tipo de programación	No. Estaciones
Música internacional	6
Música moderna y juvenil en inglés (pop-rock)	5
Balada en español	4
Música clásica	2
Música moderna y juvenil en español	2
Música de catálogo en español	1
Programación cultural	1
Jazz	1
Música tropical	1
Programación hablada	1
Total	24

CUADRO 118. CLASIFICACIÓN DE EMISORAS POR TIPO DE PROGRAMACIÓN
MÉXICO, DF
(1988)
--Bande FM--

Tipo de programación	No. estaciones
Música moderna y juvenil en inglés (pop-rock)	5
Balada en español	5
Música clásica	3
Música moderna y juvenil en español (pop)	3
Música internacional	2
Música contemporánea en inglés (soft-rock)	2
Programación cultural	1
Jazz	1
Música tropical	1
Música de catálogo en español	1
Música de catálogo en inglés	1
Total	25

internacional". Todavía al principio de la década las estaciones que difundían "música internacional" ocupaban en conjunto el primer lugar en la radio de FM, pero en el segundo lustro, como se muestra en los cuadros 117 y 118 su número descendió aceleradamente.

El segundo lustro de los ochenta fue escenario de una disputa que dos emisoras de *pop* y rock en inglés mantuvieron por capturar la atención de los radioescuchas jóvenes: "WFM, Magia Digital" (96.9 mhz), dirigida por una especie de triunvirato formado por los "productores-locutores" Martín Hernández, Alejandro González Iñarritu y "Charo" Fernández, y "Rock 101" (100.9 mhz), encabezada por el también productor y locutor Luis Gerardo Salas. Cada una con su estilo, estas dos emisoras marcaron en los ochenta la pauta que seguirían en materia de producción y programación musical otras emisoras "juveniles" de FM durante esa década y el principio de la siguiente.

Finalmente, llama la atención que todavía al final de los ochenta la "música clásica" ocupara un lugar importante en el cuadrante radiofónico. Al final de la década existían en la radio capitalina tres emisoras que la transmitían en FM: "Estéreo Mil" (89.7 mhz), "Opus 94" (94.5 mhz) y "Stereo Classic" (98.5 mhz), además de una en AM, la legendaria XELA (830 khz); esto sin contar los amplios espacios que se otorgaban a esta música en las emisoras culturales, principalmente en las dos frecuencias de Radio UNAM. Era una presencia todavía muy sólida para un género musical que diez años más tarde casi desaparecería del cuadrante.

5. Los años noventa: alianzas, fusiones, cambios de formato

La época en que más cambios se han registrado dentro del cuadrante radiofónico de la Ciudad de México es la que comprende la década de los noventa, en el siglo XX, y el primer lustro del siglo XXI, periodo en el que se produjeron abundantes modificaciones en lo relativo a la programación de las emisoras y al traslado de varias de ellas de un grupo radiofónico a otro a través de dos vías: la firma de convenios para permitir que un grupo se hiciera cargo de operar una frecuencia

concesionada a otro, o bien mediante la “venta o alquiler” de los derechos de concesión.[20]

Esta abundancia de cambios se debió fundamentalmente a dos factores: 1) la crisis económica que vivió la industria radiofónica en esta década, la cual se manifestó en una disminución del porcentaje captado por la radio dentro del gasto publicitario global dedicado a los medios de difusión; 2) la sucesión de alianzas o fusiones entre grupos radiofónicos que se produjo durante el periodo con la intención de enfrentar la crisis. El cuadro 118 muestra las variaciones del gasto publicitario dedicado a la radio en los años noventa.

Como puede observarse en el cuadro 118, el gasto publicitario destinado a la radio decreció sustancialmente a partir de 1994 y logró recuperarse en 1997 para volver a caer en 1998, lograr un leve ascenso el año siguiente y bajar nuevamente en 2000. La tendencia a la baja en la inversión publicitaria destinada a la radio a mediados de los noventa pudo detenerse en 1997 gracias a tres factores que beneficiaron en general a todos los medios: 1) las campañas de los partidos políticos con motivo de las elecciones federales de ese año que representaron el 6.7 por ciento del gasto publicitario total en 1997; 2) la publicidad

[20] En México, especialmente a partir de los años setenta, existe el ámbito de la radiodifusión una forma de operación muy peculiar. Muchos radiodifusores prefieren ceder en renta o vender sus derechos sobre la concesión de una emisora a otro radiodifusor o empresa; es decir, ese radiodifusor ya no administra ni opera su estación, sino que la cede a otro, a cambio de una cantidad de dinero. La cesión puede ser temporal o definitiva; en el primer caso se trata, obviamente, de un alquiler, y en el segundo de una venta, sin embargo, tanto el comprador como el vendedor se cuidan mucho de no hablar de “venta”, sino de “cesión de derechos”. Esto se debe a que en la Ley Federal de Radio y Televisión no existe la figura de “venta de concesión”, solamente está prevista la “cesión de derechos”. La concesión no se puede vender (hacerlo sería ilegal), lo que se hace formalmente es “ceder los derechos”. Esto significa que cuando un estación pasa de una persona o una empresa a otra, lo que se vende formalmente son los activos fijos (equipo e instalaciones), no la concesión (ésta no es “vendible”, pero sí puede ser “cedida”). Obviamente en el precio que se paga al adquirir los activos de una empresa de radio o de TV va incorporado el precio de un “bien intangible” representado por los “derechos de concesión”. Formalmente, sin embargo, lo que se paga son los activos, mientras que los derechos de la concesión son “cedidos”. Por supuesto, se trata de una simulación, ya que los “derechos de concesión” frecuentemente valen más que el equipo y las instalaciones. Hasta los años setenta era común que la “cesión de derechos”, ya fuera temporal, vía el alquiler, o definitiva, o sea la venta, se realizara entre un radiodifusor pequeño y un grupo radiofónico poderoso; esto permitía al radiodifusor pequeño obtener beneficios sin preocuparse por operar la estación, y al grupo radiofónico poderoso, ampliar el número de sus estaciones afiliadas. No obstante, a partir de los años noventa, este tipo de operaciones se hace entre grandes grupos radiofónicos, los cuales venden o rentan a otros, los mencionados “derechos de concesión”. Véase, Fernando Mejía Barquera, “Concesiones desvirtuadas”, en *Milenio Diario*, 28 de mayo de 2004.

mediática insertada por los bancos para promover las "afores" (8.5 por ciento del gasto publicitario total ese año); y 3) las campañas publicitarios pagadas por las empresas de telefonía para tratar de convencer a los usuarios de contratar con ellas el servicio de larga distancia (12.5 por ciento del gasto total). En conjunto estas tres campañas representaron el 27.7 por ciento de la inversión publicitaria ese año en todos los medios.[21] Igualmente, la recuperación de 1999 y 2000 estuvo relacionada con las "pre campañas" y las campañas electorales correspondientes a la sucesión presidencial de 2000. La recuperación, sin embargo, no logró devolver a la captación publicitaria efectuada por la industria de la radio el nivel que tuvo en 1993.

CUADRO 118. PUBLICIDAD RADIOFÓNICA EN MÉXICO

(1993-2000)
--Millones de dólares—

Año	Inversión total en publicidad	Porcentaje destinado a publicidad en radio
1993	1 650	16.0
1994	1 800	11.5
1995	1 150	10.0
1996	1 400	10.0
1997	2 715	15.2
1998	2 829	13.5
1999	3 088	15.0
2000	3 613	14.6

Fuente: 1993 a 1996, datos de *Adcebra*, números correspondientes al mes de octubre de cada uno de los años citados. 1997 a 2000, datos de *Adcebra* no. 115, septiembre de 2001.

Este descenso de la inversión publicitaria provocó que a partir de 1993 se registrara una fuerte disputa comercial entre los grupos radiofónicos por captar el mayor porcentaje posible de la inversión publicitaria dirigida al medio. La lucha se expresó básicamente de tres maneras. La primera consistió en frecuentes cambios de formato, medida con la cual buscaban atraer anunciantes. En el Distrito Federal, como habremos de ver más adelante, la mayor parte de las estaciones cambió de formato con el objetivo de "atraer más público" y, en consecuencia, anunciantes. Algunas estaciones se convirtieron en difusoras de "música grupera" –género musical que comenzó su auge en los años noventa--, otras abandonaron el tipo de programación que tenían para dedicarse a transmitir "música moderna y juvenil en español" y varias más, especialmente en la banda de AM, se inclinaron hacia la "radio hablada". En esta sucesión de cambios, hubo estaciones que modificaron su

[21] Véase *Adcebra* no. 68, octubre de 1997.

CUADRO 119. DIAL RADIOFÓNICO EN MÉXICO DF (1993)
--Banda de AM--

	Frecuencia	Sigla	Nombre	Potencia (Watts)	Programación	Grupo
1	560	XEOC	Radio Chapultepec	5 000	Música internacional	Promomedios
2	590	XEPH	X Press (en inglés)	5 000	Música internacional para “adulto contemporáneo”	Radio Mil
3	620	XENK	Radio 620, Con la música que llegó para quedarse	10 000 (D) 5 000 (N)	Música internacional	RASA
4	660	XERIN	Radio 660, Deportiva, divertida y tropica”	10 000	Música Tropical y deportes	IMER
5	690	XEN	Radio Sportiva, La estación oficial del deporte	--	Programación hablada (“Todo el día, todos los deportes”)	Corporación Mexicana de Radiodifusión
6	710	XEMP	Radio 710	1 000	Música ranchera	IMER
7	730	XEX	XEX La Super X, super grupos	100 000	Música grupera y deportes	Radiópolis
8	760	XEABC	Radio ABC “La estación de la palabra	20 000 (D) 5 000 (N)	Programación hablada	No afiliada
9	790	XERC	El Fonógrafo, Música ligada a su recuerdo	10 000	Música de catálogo en español	Radio Centro
10	830	XELA	Buena Música en México	50 000	Música clásica	Imagen
11	860	XEUN	Radio UNAM	--	Programación cultural	--
12	900	XEW	La radio del nuevo siglo	250 000	Programación hablada	Radiópolis
13	940	XEQ	La Q Mexicana AM Stereo	50 000	Balada moderna en español	Radiópolis
14	970	XEDF	Radio Fórmula	50 000	Programación hablada	Radio Fórmula
15	1000	XEOY	Radio Mil	10 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	Radio Mil
16	1030	XEQR	Radio Centro	10 000	Música de hoy y siempre (de catálogo en español)	Radio Centro
17	1060	XEEP	Radio Educación	--	Programación cultural	--
18	1110	XERED	Radio Red	50 000	Programación hablada	Radio Programas de México
19	1150	XEJP	Radio Variedades	10 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	Radio Centro
20	1180	XEFR	La Comadre	5 000	Música Grupera	ACIR
21	1220	XEB	XEB, La B Grande de México	100 000	Música tradicional mexicana (de catálogo en español)	IMER
22	1260	XEL	Radio Acir, La señal del país	10 000	Programación hablada	ACIR
23	1290	XEDA	Rock and Radio	50 000	Rock en inglés (oldies) y rock en español (1955-1970)	Radio S.A.
24	1320	XECMQ	Radio sensación, Para los que sienten la música	10 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	Radio Centro
25	1350	XEQK	La Hora Exacta	1 000	La hora exacta minuto a minuto	IMER
26	1380	XECO	Dimensión 1380, Nueva Nostalgia	10 000	Música romántica (de catálogo en español)	Radio Mil
27	1410	XEBS	Radio Sinfonola	5 000 (D) 1 000 (N)	Música ranchera	Radio Mil
28	1440	XEEST	Radio Exitos	10 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	Radio Centro
29	1470	XESM	Rock Fórmula	20 000	Rock and roll en inglés y en español 60´s y 70´s	Radio Fórmula
30	1500	XEAI	Canal Tropical	50 000	Música Tropical	Radio Fórmula
31	1530	XEUR	Radio Onda, Salsa pura; pura salsa	1 000	Música Tropical	Radio Mil
32	1560	XEFAJ	La Consentida	20 000	Música ranchera	Radio Centro
33	1590	XEVOZ	Capital Heavy Radio	10 000	Rock en inglés	ACIR

Fuente: Elaborado con datos de Medios Publicitarios Mexicanos*, Directorio de Medios Audiovisuales*, México, 1993; y de Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM), *Una historia que sí suena 1973 -1998*, México 1998.

CUADRO 120. DIAL RADIOFÓNICO EN MÉXICO DF
(1998)
--Banda de AM--

	Frecuencia	Sigla	Nombre	Potencia (Watts)	Programación	Grupo
1	560	XEOC	Radio Chapultepec	5 000	Balada actual en español	No afiliada
2	590	XEPH	Sabrosita 590, Fiesta Tropical	10 000	Música Tropical	Radio Mil
3	620	XENK	Radio 620, Con la música que llegó para quedarse	5 000	Música internacional .	RASA
4	660	XEDTL	La Candela 660	50 000	Música tropical y grupera.	IMER
5	690	XEN	Ondas del Lago, La Estación de la palabra	20 000	Programación hablada	No afiliada
6	710	XEMP	Radio 710, Alma musical de México	100 000	Música ranchera y norteña	IMER
7	730	XEX	La X, 730 AM, Sintonía Humana	100 000	Programación hablada	Radiópolis
8	760	XEABC	Radio ABC	50 000	Programación hablada	No afiliada
9	790	XERC	El Fonógrafo, Música ligada a su recuerdo	50 000	Música del recuerdo (de catálogo en español)	Radio Centro
10	830	XELA	Buena Música en México	50 000	Música clásica	MVS Radio
11	860	XEUN	Radio UNAM	45 000	Programación cultural	--
12	900	XEW	La radio del nuevo siglo	250 000	Programación hablada	Radiópolis
13	940	XEQ	La Tropi Q, Está de agasajo	50 000	Música Tropical	Radiópolis
14	970	XEDF	Radio Fórmula AM.	50 000	Programación hablada	Radio Fórmula
15	1000	XEOY	Radio Mil, Siempre tuya	10 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	Radio Mil
16	1030	XEQR	La nueva Radio Centro, La estación de la gran familia	50 000	Programación hablada	Radio Centro
17	1060	XEEP	Radio Educación		Programación cultural	--
18	1110	XERED	Radio Red AM	50 000	Programación hablada	Radio Centro
18	1150	XECMQ	Formato 21 (Noticias)	20 000	Programación hablada	Radio Centro
19	1180	XEFR	Öxido 21 Rock en toda su amplitud mental	10 000	Rock en inglés y español (rock de caálogo)	ACIR
20	1220	XEB	La B Grande de México	100 000	Música mexicana de catálogo	IMER
22	1260	XEL	Radio ACIR, “La señal del país	50 000	Programación hablada	ACIR
23	1290	XEDA	Radio 13, La fuerza de la palabra	10 000	Programación hablada	Radio S.A:
24	1320	XEJP	Radio Variedades, Toda una descarga musical	20 000	Música norteña, grupera o de banda	Radio Centro
25	1350	XEQK	La Hora Exacta, La música que te envuelve en el tiempo	5 000	Balada y pop en español junto con la hora exacta minuto a minuto	IMER
26	1380	XECO	Romántica 1380, Con la música que usted lleva en su corazón	20 000	Música romántica moderna y balada (de catálogo en español)	Radiorama
27	1410	XEBS	Radio Sinfonola, En norteño, ranchero y banda, Sinfonola es la que manda	5 000	Música ranchera, norteña y de banda	Radio Mil
28	1440	XELZ	Cambio 1440	10 000	Programación hablada	Grupo 7
29	1470	XEAI	Radio AI, La Catedral de la música tropical	50 000	Música tropical	Radio Fórmula
30	1500	XEDF	1500 AM	50 000	Programación hablada	Radio Fórmula
31	1530	XEUR	La Poderosa, El poder musical	20 000	Música grupera, norteña y de banda	Radiorama
32	1560	XEFAJ	La Consentida, Con música de pegue	50 000	Música ranchera, norteña y de banda	Radio Centro
33	1590	XEVOZ	Bonita, Con la música de mi tierra	50 000	Música ranchera	ACIR

Fuente: Elaborado con datos de Medios Publicitarios Mexicanos*, Directorio de Medios Audiovisuales*, México, 1998; y de Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM), *Una historia que sí suena 1973 -1998*, México 1998.

formato más de una vez en el lapso de dos o tres años o incluso en periodos más cortos.

La segunda forma en que se manifestó la lucha por lograr una mayor participación dentro del gasto publicitario fue la formación de alianzas comerciales entre grupos radiofónicos. Con estas alianzas se perseguía el objetivo de ofrecer a los anunciantes "paquetes publicitarios" constituidos por *spots* que pudieran ser transmitidos en un número mayor de estaciones y, por lo tanto, estuvieran en posibilidad de llegar a más personas. Por ejemplo, un grupo que tenía tres emisoras establecía una alianza comercial con otro, propietario de cuatro, para así ofrecer un paquete publicitario que incluyera la difusión de anuncios comerciales a través de siete radiodifusoras. En este tipo de alianzas no había fusión de capitales ni compraventa de acciones, únicamente acuerdos comerciales para compartir publicidad.

Finalmente, la tercera forma que algunas empresas encontraron para resarcirse de la disminución de ingresos provocada por la caída del gasto publicitario en la radio fue realizar operaciones de compraventa para ceder estaciones a otros concesionarios o bien ceder en renta una estación a otro grupo radiofónico para que éste lo explotara. Más adelante, en este mismo capítulo, al exponer una síntesis histórica de cada una de las radiodifusoras que conforman actualmente el cuadrante del Distrito Federal, se hará una referencia detallada de estos cambios.

5.1. *Para "maduros" y "viejos"*

Durante los años noventa se registraron modificaciones importantes en el tipo de programación difundida por las estaciones de AM en el Distrito Federal. La más evidente fue el crecimiento de la "radio hablada" y el consiguiente desplazamiento de la radio musical en esa banda. Como puede apreciarse en los cuadros 123 y 124, el número de emisoras "habladas" en AM pasó de 7 en 1993 a 12 en 1998.

Otro cambio ostensible fue el descenso de la música moderna y juvenil en inglés dentro de la banda de AM; disminución que, como veremos más adelante, se tornó en desaparición al inicio del siglo XXI. Todavía hubo rock y *pop* en inglés dentro de la banda de AM en los años noventa, sin embargo se trató de música

CUADRO 121. DIAL RADIOFÓNICO EN MÉXICO DF
(1993)
--Banda de FM--

	Frecuencia	Sigla	Nombre	Potencia	Programación	Grupo
1	88.1	XHRED	Radio Vip (en ingles)	80 000	Música moderna y juvenil en inglés (pop-rock)	Radio Programas de México
2	88.9	XHFM	Azul 89 "El color de la música"	150 000	Éxitos de balada rock, de los 50's los 90's con acento en los 70´s (rock de catálogo)	ARTSA
3	89.7	XEOY FM	Estereo Mil "El sonido de los clásicos"	150 000	Música clásica (fragmentos populares de la música clásica)	Radio Mil
4	90.5	XEDA FM	Pulsar FM	165 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	Imagen
5	91.3	XHRCA	Radio Alfa 91.3	50 000	Música moderna y juvenil en inglés (pop y rock)	Radio Programas de México
6	92.1	XHFO	Sonido Z	300 000	Música grupera, norteña y de banda	Radio Centro
7	92.9	XEQ FM	La Kebuena	100 000	Música Grupera	Radiópolis
8	93.7	XEJP FM	Stereo Joya	100 000	Balada romántica en español	Radio Centro
9	94.5	XHIMER	Opus 94	50 000	Música clásica	IMER
10	95.3	XHSH	Amistad 95.3	120 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	ACIR
11	96.1	--	Radio UNAM FM	--	Programación cultural	--
12	96.9	XEW FM	Magia Digital	100 000	Música moderna y juvenil en inglés (pop y rock)	Radiópolis
13	97.7	XERC FM	Estéreo 97.7	100 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	Radio Centro
14	98.5	XHDL	Radio Activo 98 y ½	165 000	Música moderna y juvenil en inglés (rock y pop)	Imagen
15	99.3	XHPOP	Digital 99	120 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	ARTSA
16	100.1	XHMM	Stereo Cien	180 000	Música moderna y juvenil en inglés (pop y rock)	Cristal/CIMA/ SOMER
17	100.9	XHSON	Rock 101	150 000	Música jmoderna y juvenil en inglés (pop y rock)	Radio Mil
18	101.7	XEX FM	Yo 102	100 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	Radiópolis
19	102.5	XHMVS	Stereo Rey "La máxima dimensión en radio"	180 000	Música moderna en inglés (rock y pop de catálogo)	Imagen
20	103.3	XERPM FM	Estéreo 103 "Fórmula romántica"	80 000	Música romántica del recuerdo en español (de catálogo en español)	Radio Fórmula
21	104.1	XEDF FM	Radio Uno	80 000	Grupera	Radio Fórmula
22	104.9	XHMRD	FM Globo Estéreo	180 000	Balada moderna en español	Imagen
23	105.7	XHOF	Láser FM	30 000	Música moderna y juvenil en español (pop)	IMER
24	106.5	XHDFM	Amor 106	120 000	Balada romántica en español	ARTSA
25	107.3	XEQR FM	Radio Universal	100 000	Música moderna en inglés (rock y pop de catálogo)	Radio Centro

Fuente: Elaborado con datos de Medios Publicitarios Mexicanos, *Directorio de Medios Audiovisuales*, México, 1993; y de Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM), *Una historia que sí suena 1973 -1998*, México 1998.

del recuerdo, ya no dirigida a jóvenes, sino a "adultos jóvenes" o personas de "edad madura" aficionados al rock desde su adolescencia. La "música moderna y juvenil en inglés" se trasladó en los años noventa a la banda de FM.

Otro fenómeno significativo registrado en esa década fue la aparición de las estaciones de "música grupera", género que ganó adeptos de manera acelerada en la época. Asimismo, se registró un ligero repunte de la "música tropical", cuya presencia, sin embargo, volvió a descender al comenzar el siglo XXI.

El punto fundamental a subrayar con respecto a la programación en la banda de AM durante los años noventa es que los géneros musicales más consumidos por los jóvenes emigraron hacia las frecuencias de FM, mientras que la música "de catálogo", con más adeptos entre la gente mayor a los 40 años, así como la "radio hablada", permanecieron en la banda de AM.

5.2. *Migración juvenil*

Durante los años noventa los géneros identificados como favoritos entre los jóvenes pasaron a la FM. Fue el caso del rock y de la música *pop* tanto en inglés como en español, pero también de la balada y la música grupera. En los cuadros 125 y 126 puede verse que esos géneros involucran al mayor número de emisoras de FM en los primeros años de la década. Por lo que se refiere a otros géneros llama la atención que el de "música clásica" siguiera teniendo en el primer lustro de los noventa un lugar estable con dos estaciones; al final de la década, sin embargo, esa presencia se redujo a una sola emisora.

Otro punto a subrayar en la programación musical de los años noventa en el cuadrante radiofónico del Distrito Federal es la aparición de nuevos formatos dirigidos a públicos muy específicos, uno el integrado por "adultos jóvenes" o "maduros" que no se sienten atraídos por el *pop* o el rock en inglés, aunque sí por la música comercial contemporánea en ese idioma, y otro integrado por jóvenes más inclinados hacia estilos musicales surgidos en los noventa, como el *dance* o el *trance*, que por el rock o el *pop*.

El formato de "música contemporánea en inglés", surgido en la radio de Estados Unidos, se caracteriza por difundir música tranquila –sea cantada o instrumental--, suave, con una antigüedad promedio de cinco años, aunque

CUADRO 122. DIAL RADIOFÓNICO EN MÉXICO DF (1998)
--Banda de FM--

	Frecuencia	Sigla	Nombre	Potencia	Programación	Grupo
1	88.1	XHRED	Radio Red FM	140 000	Música moderna y juvenil en inglés (pop-rock)	Radio Centro
2	88.9	XHFM	Azul 89 “El color de la música”	140 000	Música contemporánea en inglés (soft)	ACIR
3	89.7	XEOY FM	Morena FM “Música que llega”	150 000	Música ranchera y ranchera romántica	Radio Mil
4	90.5	XEDA FM	Pulsar FM “La radio impresionante”	100 000	Música moderna y balada en español	MVS Radio
5	91.3	XHFAJ	Alfa 91.3 “Alfa is my life”	50 000	Música contemporánea en inglés (soft)	Radio Centro
6	92.1	XHFO	La Z “Salvajemente grupera”	150 000	Música grupera, norteña y de banda	Radio Centro
7	92.9	XEQ FM	La Ke Buena	100 000	Música grupera	Radiópolis
8	93.7	XEJP FM	Stereo Joya “Tesoro Musical de México”	100 000	Balada en español	Radio Centro
9	94.5	XHIMER	Opus 94 “La radio interactiva”	50 000	Música clásica	IMER
10	95.3	XHSH	Inolvidable “Siempre junto a ti”	100 000	Música moderna y balada en español	ACIR
11	96.1	XEUN FM	Radio UNAM FM	--	Programación cultural	--
12	96.9	XEW FM	W FM	100 000	Música moderna y juvenil en inglés (pop-rock)	Radiópolis
13	97.7	XERC FM	Stereo 97.7 “Tu música”	100 000	Música juvenil en español (pop)	Radio Centro
14	98.5	XHDL	Radioactivo 98.5	120 000	Música moderna y juvenil en inglés (pop-rock)	MVS Radio
15	99.3	XHPOP	Digital 99	120 000	Música juvenil en español (pop)	ACIR
16	100.1	XHMM	Stereo Cien “Todo el tiempo contigo”	120 000	Música contemporánea en inglés (soft)	Radio Mil/SOMER
17	100.9	XHSON	Código 100.9 “Tu generación en FM”	180 000	Música juvenil en inglés (dance y pop)	Radio Mil
18	101.7	XEX FM	Vox 101.7 “Tocamos tu mente”	100 000	Música moderna y balada en español	Radiópolis
19	102.5	XHMVS	Stereo Rey “La máxima dimensión en radio”	180 000	Música contemporánea en inglés (soft)	MVS Radio
20	103.3	XERF FM	Radio Fórmula “FM 103”	80 000	Programación hablada	Radio Fórmula
21	104.1	XEDF FM	Radio Uno “A toda máquina”	80 000	Música grupera, norteña y de banda	Radio Fórmula
22	104.9	XHMRD	FM Globo “Tu música hoy”	180 000	Música moderna y balada en español	MVS Radio
23	105.7	XHOF	Örbita 105 “El universo del rock”	50 000	Rock en español y en inglés	IMER
24	106.5	XHDFM	Mix FM “La mezcla musical perfecta”	120 000	Música pop y rock en inglés, de catálogo	ACIR
25	107.3	XEQR FM	Universal Stereo “Tu gran compañera”	120 000	Música pop y rock en inglés, de catálogo	Radio Centro

Fuente: Elaborado con datos de Medios Publicitarios Mexicanos, *Directorio de Medios Audiovisuales*, México, 1998; y de Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM), *Una historia que sí suena 1973 -1998*, México 1998.

CUADRO 123. CLASIFICACIÓN DE EMISORAS POR TIPO DE PROGRAMACIÓN
MÉXICO, DF
(1993)
--Banda de AM--

Tipo de programación	No. estaciones
Programación hablada	7
Música moderna y juvenil en español (pop)	4
Música de catálogo en español	4
Música internacional	3
Música tropical	3
Música ranchera	3
Rock de catálogo en inglés	3
Programación cultural	2
Música grupera	2
Música clásica	1
Balada moderna en español	1
Total	33

CUADRO 124. CLASIFICACIÓN DE EMISORAS POR TIPO DE PROGRAMACIÓN
MÉXICO, DF
(1998)
--Banda de AM--

Tipo de programación	No. estaciones
Programación hablada	12
Música tropical	4
Música ranchera	4
Música de catálogo en español	3
Balada en español	2
Programación cultural	2
Música grupera	2
Música clásica	1
Música internacional	1
Rock de catálogo	1
Música moderna y juvenil en español (pop)	1
Total	33

CUADRO 125. CLASIFICACIÓN DE EMISORAS POR TIPO DE PROGRAMACIÓN
MÉXICO, DF
(1993)
--Banda de FM--

Tipo de programación	No. Estaciones
Música moderna y juvenil en inglés (pop-rock)	6
Música moderna y juvenil en español (pop)	6
Balada en español	3
Música Grupera	3
Rock y pop de catálogo	3
Música clásica	2
Programación cultural	1
Música de catálogo en español	1
Total	25

CUADRO 126. CLASIFICACIÓN DE EMISORAS POR TIPO DE PROGRAMACIÓN
MÉXICO, DF
(1998)
--Banda de FM--

Tipo de programación	No. estaciones
Música moderna y balada en español	4
Música contemporánea en inglés	4
Música grupera	3
Música moderna y juvenil en inglés (pop-rock)	3
Música juvenil en español (pop)	2
Pop y rock en inglés, de catálogo	2
Música ranchera	1
Balada en español	1
Música clásica	1
Programación cultural	1
Música juvenil en inglés (dance y pop)	1
Programación hablada	1
Rock en español y en inglés	1
Total	25

algunos números musicales puedan excederla. Su principal audiencia se integra por personas de ideas conservadoras y edad de 25 a 44 años, aunque gente de 45 a 54 años lo escucha también.[22]

El género de "música contemporánea en inglés" capturó el interés de algunas empresas radiofónicas a partir del segundo lustro de los noventa, al grado de que las emisoras especializadas en él se ubicaron en los primeros lugares en cuanto a número dentro de la banda de FM hacia el final de esa década y el primer lustro del siglo XXI.

Finalmente, otra característica de los formatos radiofónicos en FM durante el segundo lustro de los noventa y el principio del siglo XXI es la propensión de algunas emisoras a elaborar una programación con dos o más géneros mezclados, por ejemplo *pop* con balada en español.

6. Siglo XXI: invasión verbal

Al iniciarse el siglo XXI, dos tendencias que se observaban en el cuadrante del DF durante los años noventa se habían consolidado: la "radio hablada" avanzaba aceleradamente, tanto en AM como en FM, y los formatos preferidos por la audiencia adulta se concentraban en la primera de esas bandas.[23]

La radio de AM registró un incremento notable en el número de emisoras "habladas": en 1993 había 7 estaciones de ese tipo en amplitud modulada; en 1998 existían 12; y en 2005 la cifra había pasado a 21 dentro de un universo de 33, o sea que para ese año el 63 por ciento del total de emisoras de AM había adoptado el formato de "radio hablada" con el dato adicional de que dos emisoras que tradicionalmente habían programado "música internacional" (Radio Chapultepec y Radio 620) cambiaron su formato al "hablado".

Asimismo, la "música moderna y juvenil" consolidó su tendencia a la baja en la banda de AM. Para 2002 ya no existía ninguna emisora que transmitiera *pop* en español y tampoco *pop* y rock en inglés dentro de esa banda; la última expresión

---

[22] Véase Bob Schulberg, *Publicidad radiofónica*, capítulo 5 "La importancia del formato", pp. 51-79

[23] "La tendencia a escuchar radio musical va disminuyendo conforme aumenta la edad... El sector adulto de la población busca otro tipo de contenidos en la radio, que encuentra en estaciones habladas e informativas". *Mediómetro INRA*, julio de 2004, publicado en www.arvm.com.mx, sección "En Frecuencia", no.14, septiembre de 2004.

CUADRO 127. DIAL RADIOFÓNICO EN MÉXICO DF (2006)
Banda de AM

	Frecuencia	Sigla	Nombre	Potencia (Watts)	Programación	Grupo
1	560	XEOC	Radio Chapultepec	5 000	Radio hablada	No afiliada
2	590	XEPH	Sabrosita 590	10 000	Música tropical	Radio Mil
3	620	XENK	Radio 620	5 000	Radio hablada	RASA
4	660	XEDTL	"La radio de los ciudadanos"	50 000	Programación hablada	IMER
5	690	XEN	La 69 (noticias)	20 000	Programación hablada	Radio Centro
6	710	XEMP	Radio 710, "La que más me gusta"	10 000	Música grupera	IMER
7	730	XEX	Estadio W (deportes)	100 000	Programación hablada	Radiópolis
8	760	XEABC	ABC Radio	70 000	Programación hablada	No afiliada
9	790	XERC	Formato 21 (noticias)	50 000	Programación hablada	Radio Centro
10	830	XEITE	Radio Capital "La pasión de comunicar"	50 000	Programación hablada	Grupo Mac
11	860	XEUN	Radio UNAM	45 000	Programación cultural	--
12	900	XEW	W Radio	250 000	Programación hablada	Radiópolis
13	940	XEQ	Bésame, "Radio apasionada"	50 000	Música de catálogo en español	Radiópolis
14	970	XERFR	Radio Fórmula 970	50 000	Programación hablada	Radio Fórmula
15	1000	XEOY	"Radio Mil... Vive México"	10 000	Programación hablada	Radio Mil
16	1030	XEQR	Radio Centro 10-30	50 000	Programación hablada	Radio Centro
17	1060	XEEP	Radio Educación	--	Programación cultural	--
18	1110	XERED	Radio Red AM	50 000	Programación hablada	Radio Centro
18	1150	XECMQ	EL Fonógrafo "Música ligada a su recuerdo"	20 000	Música de catálogo en español (canciones del recuerdo)	Radio Centro
19	1180	XEFR	Radio Felicidad "Puros éxitos"	5 000	Música de catálogo en español (éxitos de los 60's a los 80´s)	ACIR
20	1220	XEB	La B Grande de México	100 000	Música de catálogo en español.	IMER
22	1260	XEL	La 1260 AM, Mejorando tu vida diaria	10 000	Programación hablada	ACIR
23	1290	XEDA	Radio 13 "La fuerza de la palabra"	10 000	Programación hablada	Radio S.A:
24	1320	XENET	Radio Bienestar	20 000	Radio hablada	Grupo Monitor
25	1350	XEQK	"13-50, Información que amplía tu mente"	5 000	Programación hablada (la hora exacta)	IMER
26	1380	XECO	"La Kebuena"	20 000	Música grupera	Radiorama
27	1410	XEBS	Radio Sinfonola, La más perrona	5 000	Música ranchera, norteña y de banda	Radio Mil
28	1440	XEEST	"14-40, "La reina del hogar""	25 000	Programación hablada	Grupo 7
29	1470	XEAI	Fórmula 14-70	50 000	Programación hablada	Radio Fórmula
30	1500	XEDF	Radio Fórmula 1500	50 000	Programación hablada	Radio Fórmula
31	1530	XEUR	Radio Mexicana	20 000	Música ranchera	Radiorama
32	1560	XEINFO	Radio Monitor	50 000	Programación hablada	Grupo Monitor
33	1590	XEVOZ	"15-90, Radio Reloj"	50 000	Programación hablada (la hora exacta)	ACIR

Fuente: Elaborado mediante monitoreo del autor y datos de la Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM).

roquera en AM había sido “La Pantera” (590 khz) durante su última resurrección que duró de 1999 a 2002.

En el primer lustro del siglo XXI, la banda de FM, que durante los noventa fue receptáculo para los formatos preferidos por la audiencia joven, empezó a manifestar algunos cambios. Si en la década anterior los formatos más atractivos para las empresas radiofónicas eran los de “música moderna y juvenil”, tanto en inglés como en español, en los primeros años del siglo XXI se consolidó en el cuadrante un formato más atractivo para adultos que para jóvenes o adolescentes: la “música contemporánea en inglés”, preferido por personas de 25 a 44 años de edad. En consecuencia, la presencia del rock, lo mismo en inglés que en español comenzó a decrecer hasta llegar a ocupar espacios mínimos al terminar el primer lustro del nuevo siglo.

Pero, seguramente, el hecho más destacable en esos años es el incremento de estaciones de “radio hablada”, formato que prácticamente había sido ajeno a la banda de FM y repentinamente, en el bienio 2003-2004, incrementó su presencia en ella: en 1993 no existían emisoras “habladas” dentro de la banda de FM, en 1998 sólo había una, en 2003 el número subió a cuatro y en 2004 a siete. Las frecuencias que se transformaron en “habladas” durante ese bienio fueron las siguientes: 88.9 mhz, que operaba con el nombre de “Azul 89” y se transformó en “88.9 Noticias, información que sirve”; 96.9 mhz (XEW FM) que se convirtió en emisora “hablada” de lunes a viernes (con música sábado y domingo); 90.5 mhz, frecuencia que asumió el nombre de “Imagen Informativa”; 98.5 mhz, que dejó de ser “Radioactivo” para convertirse en “Reporte 98.5”; 102.5 mhz, que abandonó su denominación de “Best FM” para transformarse en “Monitor MVS”; y 104.1 mhz, que durante varios años fue grupera con el nombre de “Radio Uno” y pasó a ser “Radio Fórmula 104.1”. Ellas, junto con 103.3 mhz, de Radio Fórmula, formaron el septeto de emisoras que operaban con este formato en la banda de FM en el año 2004 y en el 2005.

CUADRO 128. DIAL RADIOFÓNICO EN MÉXICO DF (2005)
--Banda de FM--

	Frecuencia	Sigla	Nombre	Potencia	Programación	Grupo
1	88.1	XHRED	Radio Red, "El toque mágico de su FM"	80 000	Música moderna y juvenil en inglés (*pop*- rock)	Radio Centro
2	88.9	XHFM	88.9 Noticias, "Información que sirve"	140 000	Programación hablada (noticias)	ACIR
3	89.7	XEOY FM	Oye 89.7 "Siempre hits"	150 000	Música moderna y balada en español	Radio Mil
4	90.5	XEDA FM	Imagen Informativa	100 000	Radio hablada	Imagen
5	90.9	XHUIA	Radio Ibero: 90.9	3 000	Programación cultural	--
6	91.3	XHFAJ	Alfa 91.3, "Hits music station"	80 000	Música contemporánea en inglés (*soft*)	Radio Centro
7	92.1	XHFO	Universal Stereo, "Música en línea"	150 000	*Pop* y rock de catálogo en inglés	Radio Centro
8	92.9	XEQ FM	La Kebuena	100 000	Música Grupera	Radiópilis
9	93.7	XEJP FM	Stereo Joya "Tesoro Musical"	100 000	Balada en español	Radio Centro
10	94.5	XHIMER	Opus 94, "La radio interactiva"	50 000	Música clásica	IMER
11	95.3	XHSH	La nueva amor	100 000	Balada en español	ACIR
12	96.1	--	Radio UNAM FM	--	Programación cultural	--
13	96.9	XEW FM	W Radio	100 000	Radio hablada	Radiópolis
14	97.7	XERC FM	Stereo 97.7 "La número uno en éxitos"	100 000	Música moderna y juvenil en español (*pop*)	Radio Centro
15	98.5	XHDL	Reporte 98.5	165 000	Programación hablada	Imagen
16	99.3	XHPOP	Digital 99 "Sólo éxitos"	120 000	Música moderna en español y en inglés (*pop*)	ACIR
17	100.1	XHMM	Stereo Cien, "Saber disfrutar"	120 000	Música contemporánea en inglés (*soft*)	Radio Mil/SOMER
18	100.9	XHSON	Beat 100.9, "Total music, somos lo que te mueve"	180 000	Música electrónica, *dance*, *high energy*	Radio Mil
19	101.7	XEX FM	101.7, "Los cuarenta principales"	100 000	Música moderna en español y en inglés (*pop*)	Radiópolis
20	102.5	XHMVS	Monitor MVS	180 000	Programación hablada	MVS Radio
21	103.3	XERF FM	Radio Fórmula 103.3	80 000	Programación hablada	Radio Fórmula
22	104.1	XEDF FM	Radio Fórmula 104.1	80 000	Programación hablada	Radio Fórmula
23	104.9	XHMRD	Exa FM	180 000	Música moderna y balada en español	MVS Radio
24	105.7	XHOF	"Reactor 105" (antes "Orbita 105.7")	50 000	Rock en español y en inglés	IMER
25	106.5	XHDFM	Mix 106. 5, "Mucho ritmo"	120 000	*Pop* y rock de catálogo en inglés	ACIR
26	107.3	XEQR FM	La Z	120 000	Música Grupera, norteña y de banda	Radio Centro
27	107.9	XHIMR	Horizonte108	100 000	*Jazz*, *new age*, *world music*, *bossa nova*, *blues*	IMER

Fuente: Elaborado mediante monitoreo del autor y datos de la Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM).

Siete estaciones "habladas" en FM podrían parecer pocas en el universo de 27 que hay dentro de esa banda en la Ciudad de México --o frente al enorme número de "habladas" en AM--, pero la aparición de seis en un solo año resultó sorprendente y dio lugar a reflexiones y especulaciones.

¿Por qué el incremento de la "radio hablada" en FM? Hipotéticamente podrían señalarse tres factores que la habrían generado: 1) el tipo de radioescucha que frecuenta la FM cambió en el curso de dos décadas; todavía es de menor edad que el de AM pero es también de mayor "nivel socioeconómico"; a ese radioescucha la FM le ofreció mucho tiempo música de diversos géneros y noticiarios, pero no programación "hablada"; a los adolescentes y jóvenes que comenzaron a escuchar radio en los años ochenta la radio de AM les resulta ajena, pero esos radioescuchas crecieron y demandaron otro tipo de contenidos, además de música; 2) los grupos radiofónicos que empezaron a destinar emisoras de FM para transmitir "radio hablada" al principio del siglo XXI, decidieron utilizar el llamado "combo", es decir, transmisión simultánea de la programación (toda o en parte) a través de AM y FM con el objeto de abarcar diversos tipos de audiencia y de ofrecer paquetes publicitarios más atractivos para los anunciantes; 3) las elecciones locales y federales se convirtieron a partir de 1997 en una de las principales fuentes de ingresos para los medios electrónicos; *spots*, noticiarios, programas de análisis, "denuncia" y debate se volvieron atractivos –más si tienen cierta dosis de espectacularidad-- para el público y los anunciantes en las coyunturas electorales; aparentemente los grupos radiofónicos decidieron estar preparados desde 2004 para disputar, en la coyuntura electoral de 2006, la audiencia y el dinero, tanto el de las empresas patrocinadoras como el que pudieran gastar los partidos políticos en inserciones propagandísticas.

La pregunta que podía hacerse en 2005 era si la invasión verbal en el cuadrante de FM diminuiría después de las elecciones y la radio musical tendría un repunte o si el crecimiento de la radio "hablada" constituiría una nueva tendencia capaz de consolidarse por varios años en la radio mexicana. Aparentemente la respuesta estaba más cercana a la primera opción: según el presidente de la Asociación de Radiodifusores del Valle de México hasta octubre

CUADRO 129. CLASIFICACIÓN DE EMISORAS POR TIPO DE PROGRAMACIÓN
MÉXICO, DF
(2006)
--Bande AM--

Tipo de programación	No. Estaciones
Programación hablada	22
Música de catálogo en español	4
Música ranchera	2
Música grupera	2
Programación cultural	2
Música tropical	1
Total	33

CUADRO 130. CLASIFICACIÓN DE EMISORAS POR TIPO DE PROGRAMACIÓN
MÉXICO, DF
(2006)
--Banda de FM--

Tipo de programación	No. estaciones
Programación hablada	7
Música contemporánea en inglés	2
Música moderna y juvenil en español y en inglés (*pop*)	2
Música moderna y balada en español	2
Música grupera	2
Pop y rock de catálogo en inglés	2
Balada en español	2
Programación cultural	2
Música moderna y juvenil en español (*pop*)	1
Música moderna y juvenil en inglés (*pop* rock)	1
jazz, new age, world music, bossa nova, blues	1
Rock en español y en inglés	1
Música clásica	1
Música electrónica, *dance*, *high energy*,	1
Total	27

de 2004, José Antonio Ibarra, "el 75 por ciento de la audiencia está en los programas musicales, seguidos por los noticieros".[24] Esto hacía muy factible que tras las elecciones de 2006, el cuadrante de FM volviera a ser mayoritariamente musical.

Para el primer semestre de 2006, una disección numérica del cuadrante en la Ciudad de México arrojaba los siguientes resultados: 1) existía un total de 60 estaciones (33 de AM y 27 de FM); 2) en la banda de AM había 22 estaciones de radio "hablada", 9 musicales y dos culturales; 3) en la de FM operaban 18 musicales, siete habladas y dos culturales; 4) sumando las dos bandas teníamos 29 musicales, 27 habladas y cuatro culturales.

7. Historias de frecuencias

Salvo emisoras culturales, como Radio Educación (1060 de AM) y Radio UNAM en sus dos frecuencias (860 de AM y 96.1 de FM), que han mantenido básicamente su perfil programático, todas las emisoras del Distrito Federal han registrado al menos un cambio en alguno o algunos de los elementos que dan identidad a una frecuencia: sigla, nombre, tipo de programación o empresa operadora.

De manera resumida presentamos a continuación las principales modificaciones ocurridas en las frecuencias que conforman las bandas de AM y FM en la Ciudad de México durante la década de los noventa y los primeros años del siglo XXI, sin excluir la referencia a épocas anteriores. La exposición se hace en el orden que cada frecuencia guardaba en el cuadrante y con las siglas que poseía al momento de concluir este trabajo, a inicios de 2006.

7.1. AM: de "Chapultepec" a "Radio Reloj"

XEOC, 560 khz: La primera estación que ocupó la frecuencia de 560 khz fue CZE, Radio Educación, inaugurada en noviembre de 1924. Posteriormente, en 1928, esta emisora se trasladó a los 910 khz, con lo cual el canal quedó desocupado. Por casi cuatro décadas, la frecuencia de 560 khz quedó sin transmitir hasta que, a principios de los años sesenta, la concesión para explotarla fue otorgada al señor Federico Obregón Cruces (de ahí las iniciales OC), quien como se apuntó antes fue pionero de las transmisiones en FM con otra emisora llamada "Radio Joya". Desde los años

---

[24] *Reforma*, 4 de octubre de 2004, p. 5-A.

sesenta, la radiodifusora fundada por el señor Obregón Cruces llevó el nombre de "Radio Chapultepec" y operó con una programación de "música internacional". Debido a su ubicación en la banda de AM, la emisora adoptó el lema de "La primera en el cuadrante". En el segundo lustro de los noventa, "Radio Chapultepec" cambió su programación hacia la "balada actual en español" con la intención de ser más atractiva para público y anunciantes. Al iniciar el siglo XXI, la emisora optó por el formato "hablado" con programas de diverso tipo, varios de ellos transmitidos bajo el esquema de compra de tiempo al aire realizada por grupos religiosos o políticos para difundir sus posturas. Desde finales de los setenta, Radio Chapultepec es dirigida por descendientes de Federico Obregón Cruces, encabezados por el señor Oscar Obregón Mazón.

XEPH, 590 khz: Esta frecuencia comenzó a operar el año de 1942 concesionada al señor Pedro Riestra Díaz quien la dotó de una programación a base de música grabada de diversos géneros. En 1947, Riestra decidió vender los derechos para explotar la frecuencia al señor Luis Martínez Vértiz bajo cuya administración la emisora adoptó una programación basada en el *Hit Parade* estadounidense. Hacia mediados de los cincuenta, tomó el nombre de "Radio Cinema" y difundía música de diversos géneros combinada con programas sobre el arte y la industria cinematográficos. En 1958, Luis Martínez Vértiz vendió al Núcleo Radio Mil los derechos para explotar esta frecuencia, además de otra que también era operada por él: XEMX, 1380 khz.

Desde finales de los cincuenta, pero sobre todo en el primer lustro de los sesenta, XEPH asumió un perfil dirigido a los jóvenes y se especializó en la difusión de *rock and roll*, tanto en las interpretaciones de grupos mexicanos, que regularmente tocaban *covers*, como en las versiones originales de músicos estadounidenses e ingleses. A principios de 1966, la frecuencia cambió de nombre y programación: pasó a llamarse "Radio Gemas" y dedicó sus espacios a la difusión de programas "hablados" y radionovelas. Pero en agosto de 1967 retomó la difusión de música de rock con un nombre que sería legendario en la radio de la Ciudad de México: XEPH, "Radio 590, la Pantera de la Juventud", identificación que era acompañada al aire con un rugido de ese felino. .

Luego de cubrir una etapa histórica como favorita de varias generaciones de roqueros en la Ciudad de México, “La Pantera” salió del cuadrante en agosto de 1987, exactamente dos décadas después de su ingreso. El Núcleo Radio Mil, operador de la frecuencia, decidió retirar la programación de rock en inglés y cambiarla por una nueva a base de rock en español; también decidió desaparecer el nombre de “La Pantera” para dotar a la frecuencia con una nueva denominación: “Espacio 59”. XEPH mantuvo este nombre hasta el 1 de enero de 1990, fecha en que fue sustituido por el de “Radio 590”, el cual se mantuvo hasta julio de ese año cuando reasumió la denominación de “La Pantera”, misma que conservó menos de un año, porque en junio de 1991 surgió “Radio Alicia”, concepto radiofónico basado en el rock de los años sesenta. “Radio Alicia”, su vez, fue desplazada por “X Press Radio”, una emisora que transmitía en inglés (no sólo la música, sino los programas “hablados”) y que permaneció en el aire hasta abril de 1995 cuando fue sustituida por “Sabrosita 590”, especializada en música tropical. En abril de 1999, el concepto de “Sabrosita” fue trasladado a la banda de FM (donde surgió “Sabrosita 100.9”) y Radio Mil apostó nuevamente por “La Pantera” para revivirla en los 590 khz con una programación de *oldies* o rock de catálogo en inglés (la nueva frase de identificación fue “La Pantera 590, la leyenda continúa”). Pero habría más cambios en esa frecuencia. En julio de 2002, “La Pantera” fue retirada otra vez del aire y sustituida por “Morena 590”, una programación a base de música ranchera. Probablemente el récord como el “concepto radiofónico” con menor tiempo de duración al aire lo tiene “Morena 590”, pues el 2 de agosto de ese año, apenas a un mes de su ingreso en esta frecuencia, fue desplazada por “Estadio 590”, programación especializada en deportes. En junio de 2003, “Estadio 590” dejó esta frecuencia y su lugar fue ocupado por “Tuya 590” con programación a base de baladas y “canciones de amor” en español. Finalmente, “Tuya” salió del aire el 1 de octubre de 2004 para permitir el regreso a la AM de “Sabrosita” que, a su vez, dejó su lugar en FM a una nueva estación llamada “Beat 100.9”.

Desde que comenzó a operar bajo la administración del Núcleo Radio Mil en 1958 y hasta 2005, esta frecuencia registró más de una decena de cambios en su

tipo de programación (esto sin mencionar los que tuvo antes de pasar al control de esa empresa). Un récord de inestabilidad radiofónica.

XENK, 620 khz: Esta frecuencia, una de las más tradicionales en la banda de AM en el DF, comenzó a operar en 1946. Siempre ha tenido la sigla XENK. En esa época difundía en trasmisión simultánea con la XEMX y ambas eran identificadas como "Radio Unión".[25] En 1949, la emisora se independizó y comenzó a transmitir como "Radio 620".

En los años cincuenta encontró el perfil que le otorgaría sello distintivo: la música estadounidense, fundamentalmente las canciones que alcanzaban los primeros lugares del *Hit Parade*. El *swing*, el *fox trot*, la música de grandes orquestas y hacia mediados de la década el *rock and roll* conformaron la programación de "Radio 620". Como difundía música especialmente dirigida a los jóvenes, la estación adoptó el lema de "La emisora de la juventud", el cual conservó incluso hasta el primer lustro de los años sesenta. Para la segunda mitad de esa década, "620" reunía en su programación melodías de los años cuarenta, cincuenta y principios de los sesenta, un repertorio con aceptación ya probada y con garantía de permanencia en la memoria de los aficionados a la música estadounidense, por lo que la emisora adoptó como identificación esta frase: "Radio 620, con la música que llegó para quedarse". Nombre y programación se mantuvieron inalterados por cuatro décadas.

En septiembre de 1993, la cadena RASA (Radiodifusoras Asociadas S.A.) llegó a un acuerdo con la empresa Radio 620, S.A., concesionaria de XENK Radio 620 para operar y administrar esta emisora. Un año después, RASA adquirió los derechos para explotar la frecuencia. Durante la década de los noventa, "620" mantuvo su programación basada en éxitos del *Hit Parade* estadounidense, especialmente del periodo 1940-1970. Al final de la década, sin embargo, el formato de radio hablada comenzó a ganar terreno en su programación hasta convertirse en el contenido distintivo de la estación al iniciar el siglo XXI. Igual que en el caso de "Radio Chapultepec", la "620" se convirtió en foro de grupos religiosos con recursos para adquirir tiempo al aire e insertar programas producidos por ellos.

---

[25] Asociación de Radiodifusores del Valle de México, *Una historia que sí suena*, p. 215.

XEDTL, 660 khz: Conocida durante mucho tiempo como XERPM “Radio 660”, esta frecuencia inició sus operaciones a mediados de los años cuarenta con la sigla XEBZ. En 1956 pasó al control de la empresa Radio Programas de México que, a partir de enero de 1957, le asignó la sigla XERPM. En los años sesenta pasó a ser operada por el Grupo Oro, propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta y administrado por Rogerio Azcárraga, y en los setenta por el Grupo Radio Fórmula. Al finalizar esa década fue adscrita al Grupo RTC, dependiente de la Secretaría de Gobernación, y en 1983 se le colocó bajo el control del Instituto Mexicano de la Radio (IMER). Tres años después, en 1986, cambió de sigla y de nombre para convertirse en XERIN “Radio Infantil” y estar a tono con la programación dedicada a los niños que difundía desde 1983. En octubre de 1991, la dirección del IMER, encabezada por Alejandro Montaño, decidió cancelar el proyecto de radio para niños y modificar la programación de esta frecuencia que dejó de ser Radio Infantil y se transformó en “La Candela”, especializada en “música tropical”. Asimismo, cambió nuevamente sus siglas: XEDTL fue la nueva identificación de la emisora.

En noviembre de 2002 la frecuencia de 660 khz fue rentada por el IMER a la agencia informativa “Detrás de la noticia”, presidida por el periodista Ricardo Rocha, para ser usufructuada diariamente durante las 24 horas a un precio de 7 millones de pesos al año. Desde el 18 de noviembre de 2002, la XEDTL dejó de llamarse “660 La Candela” para asumir el nombre de “Comunicación 660”, especializada en “radio hablada” con acento en programas noticiosos.

En abril de 2004, la agencia Detrás de la Noticia, arrendadora de esta frecuencia, firmó una alianza con la Organización Radio Fórmula para que este grupo radiofónico se hiciera cargo de programar y comercializar algunos espacios en la emisora. De esta manera, la estación asumió el nombre de “Comunicación 660 Radio Fórmula” y mantuvo el perfil de radiodifusora “hablada”. Sin embargo, en junio de ese año, ante las críticas generadas por el hecho de que el arrendador (Detrás de la Noticia) cedía la operación a otra entidad privada (Radio Fórmula), el IMER decidió dar por terminado el acuerdo con la mencionada agencia informativa que además debía a ese instituto un total de 30 millones de pesos por atraso en el

pago de la renta de XEDTL 660.[26] A partir del 14 de junio de 2004, el IMER recuperó la operación de la "660" que volvió a ser una estación dedicada fundamentalmente a la difusión de "música tropical". En octubre de 2004, la emisora asumió un nuevo nombre: se le quitó la letra "d" a su antigua denominación de "Candela" y se transformó en "Canela 660, Tropicalísima". Como lema se le asignó la frase "Al ritmo de tu ciudad".

El 15 de agosto de 2005, "Canela 660" desapareció y la frecuencia fue empleada por el IMER para colocar ahí el concepto llamado "La radio de los ciudadanos" que durante dos años había operado en la frecuencia de 1350 kilohertz.

XEN, 690 khz: En las dos primeras décadas de la radiodifusión en la Ciudad de México, la sigla XEN pasó por las manos de varios operadores y por distintas frecuencias, como muestran los cuadros incluidos en este capítulo, hasta que a principios de los años cuarenta se le asignó el canal de 690 kilohertz. En la década de los sesenta la empresa Corporación Mexicana de Radiodifusión (CMR), presidida por el señor Emilio Nassar Hamze,[27] adquirió los derechos para explotar la frecuencia. El nombre tradicional de la emisora en la mayor parte de su existencia fue "Radio Mundo" y mantuvo una programación basada en "música internacional". A finales de los años ochenta ocurrió un relevo generacional en Corporación Mexicana de Radiodifusión: Emilio Nassar Rodríguez[28] (hijo de Nassar Hamze) asumió la presidencia e introdujo cambios en la XEN que, en 1993, dejó de ser "Radio Mundo" para convertirse en "Radio Sportiva", emisora especializada en transmisiones y programas deportivos. En julio de 1995, Emilio Nassar Rodríguez vendió la totalidad de las acciones de XEN a una alianza formada por el grupo radiofónico RASA (Radiodifusoras Asociadas, S.A.) y la familia Vale. La señora Teresa Vale fue nombrada presidenta del Consejo de Administración y directora de la estación. De julio a diciembre de 1995, la antigua "Radio Mundo" asumió el nombre de "RASA 690" y difundió una programación a

[26] Véanse las ediciones de la revista *Etcétera* correspondientes a mayo y junio de 2004.
[27] El señor Emilio Nassar Hamze fue presidente de la Cámara Nacional de a Industria de Radio y Televisión (CIRT) en el bienio 1973-1974.
[28] Emilio Nassar Rodríguez fue presidente de la CIRT en el periodo 1996-1998.

base de “música moderna y juvenil en inglés”. En noviembre de 1995 se convirtió en “Ondas del Lago, la Estación de la Palabra”, una emisora con especialización en “radio hablada”. En 2001 el Grupo Radio Centro llegó a un acuerdo con la alianza RASA-Vale para adquirir los derechos de explotación de XEN. En marzo de ese año Radio Centro se hizo cargo de la frecuencia y el concepto “Ondas del Lago” desapareció del cuadrante para ser sustituido por “La 69”, emisora dedicada a los programas informativos. La operación de compraventa por parte de Radio Centro quedó finiquitada en diciembre de 2001, aunque la SCT la había avalado desde abril de ese año.[29]

XEMP, 710 khz: En los años sesenta, esta frecuencia llevó el nombre de “La Charrita del Cuadrante” y transmitió “música ranchera”. Durante la década de los setenta pasó al control del Grupo Radio Fórmula que la operó con el nombre de “Canal 71” y una programación de “música internacional”. Integrante del Instituto Mexicano de la Radio desde 1983, la frecuencia tuvo dos nombres y dos tipos de programación en la década de los ochenta: “Opus 710”, especializada en música clásica, de 1984 a 1986, y “Radio Información”, noticiosa, como indica su nombre, de 1986 a 1990. En este último año dejó de ser una emisora de programas noticiosos para convertirse en “XEMP, Radio 710”, especializada en “música tropical”. Un año después, en 1991, cambió su programación a “música ranchera”, pero conservó sigla y nombre. En 1994 se le añadió el lema “La mexicana del cuadrante” y mantuvo su perfil basado en el género “ranchero”. Luego llevó el nombre de “Alma musical de México“ y a partir de 2002 adoptó el de “Orgullosamente mexicana”.

A partir del 15 de agosto de 2005, la estación se volvió “grupera” con el nombre de “7-10, La que más me gusta”.

XEX, 730 khz: Integrante del Grupo Radiópolis, filial del consorcio Televisa, esta frecuencia ha cambiado reiteradamente de formato y tipo de programación. El canal de 730 khz comenzó a operar en 1939, pero fue la XEQ, segunda de las radiodifusoras fundada por Emilio Azcárraga Vidaurreta, la que se encargó de transmitir a través de él. En 1947 la frecuencia fue ocupada por la XEX,

---

[29] Grupo Radio Centro, *Informe Anual presentado a la Bolsa Mexicana de Valores*, México 2002, p. 26.

inaugurada el 30 de octubre de ese año (la XEQ se trasladó a los 940 khz). Aunque desde 1947 la frecuencia conserva la sigla XEX, a partir de los años sesenta ha tenido cambios constantes. En esa década, por ejemplo, transmitió boleros y música mexicana de catálogo con el lema de “Una estación potente”. En el segundo lustro de los setenta difundió una oferta basada en programas y transmisiones deportivas y ostentó el lema de “La primera emisora de noticias y deportes”. En los ochenta se especializó en la “música moderna y juvenil en español” y tuvo dos nombres: “XEX, tu estación” y “XEX, el mundo de tu música”.

En los años noventa continuaron los cambios. A principios de la década, luego de haber transmitido “música moderna y juvenil en español”, asumió el nombre de “La Super X” y transmitió “música grupera” con el fin de aprovechar el auge que este género tenía en aquel momento. En 1993, con el mismo género, llevó fugazmente e nombre de “Kebuena”. En 1994, se transformó en “XEX Frecuencia Libre” y difundió una programación de “radio hablada”. Más tarde, sin cambiar este formato, fue “X-730, la Opción”, y todavía como “radio hablada” cambió nuevamente de nombre: “La X de México, Sintonía Humana”. Al final de la década se transformó en emisora de “música ranchera” con la denominación de “La X Mexicana”. Al iniciar el siglo XXI se convirtió nuevamente en estación de “música moderna y juvenil en español” con el nombre de “La Nueva X, Joven como tú” y en julio de 2002 tomó una vez más la programación de “música grupera”.

En junio de 2003 la frecuencia volvió a ser “deportiva”: Televisa (a través de su filial Radiópolis) y la productora de contenidos deportivos para radio “Estadio W” firmaron un acuerdo con el fin de que, a partir del 1 de julio de ese año, la XEX se convirtiera en una emisora de “radio hablada”, especializada en programas y transmisiones deportivas precisamente con el nombre de “Estadio W“.

XEABC, 760 khz: Esta frecuencia fue concesionada el 27 de enero de 1964 a la empresa México Radio, encabezada por el señor Carlos Ferráez Matos. Siete meses después inició sus transmisiones con la sigla XEABC y el nombre de “Los reyes de la popularidad”. Difundía “música moderna y juvenil en español”. Luego, en el primer lustro de los setenta se le conoció como “Radio Moderna”. Para la segunda mitad de la década cambió su nombre a “Radio ABC Internacional” con una programación

predominantemente de “programas hablados” y “música internacional”. Entre sus programas célebres figuran “Opinión pública”, de Francisco Huerta (transmitido del 13 de septiembre de 1976 al 16 de agosto de 1982) y “Ustedes y nosotros”, con Jorge Manuel Hernández, emisión que iniciaba a las 12 de la noche y finalizaba a las siete de la mañana. En 1989, los derechos para explotar la frecuencia fueron adquiridos por la empresa Organización Editorial Mexicana (OEM), presidida por Mario Vázquez Raña. A principios de los noventa, a iniciativa de su entonces directora, Teresa Vale, la frecuencia asumió el nombre de “La estación de la palabra”, pero en 1995, Vale fue nombrada directora de XEN “Ondas del Lago” y se llevó consigo el lema para colocarlo en su nueva emisora. En el segundo lustro de los noventa, la frecuencia adoptó el nombre de “ABC Radio, de lo común hacemos algo diferente” para quedar simplemente, al inicio del siglo XXI, como “ABC Radio” y conservar su formato “hablado”.

A partir de 2003, la presencia de Mario Vázquez Raña en el negocio de la radio se expandió aceleradamente. En menos de dos años, este empresario logró reunir --mediante la compra, la renta o la afiliación— una cadena de 20 radiodifusoras de AM y FM en diferentes ciudades de la república, de la cual XEABC quedó como emisora líder. A partir de diciembre de 2005, los negocios mediáticos de Mario Vázquez Raña, que incluyen a la Organización Editorial Mexicana, con 64 periódicos en el país, la agencia Informex, la empresa ETV, que exhibe publicidad en pantallas gigantes de alta definición, el Canal 12 de Durango y la red de radiodifusoras encabezada por XEABC, quedaron agrupadas en un corporativo llamado Estudios Tepeyac, nombre que adoptó por haber construido sus instalaciones en el terreno que ocuparon los antiguos estudios cinematográficos “Tepeyac”, en el norte de la Ciudad de México.

XERC, 790 Khz: Concesionada originalmente a la empresa Radio Popular de México, S. A., esta frecuencia comenzó a operar en 1942. Diez años después, en 1952, se convirtió en una de las dos frecuencias con que comenzó a operar el Grupo Radio Centro, fundado por Francisco Aguirre Jiménez. Durante los años sesenta, setenta y aun los ochenta llevó el nombre de “Radio Éxitos” y formó parte de la célebre tríada de emisoras que difundió rock y música *pop* en inglés junto con “Radio

Capital" y "Radio 590, La Pantera". En 1989 la frecuencia de los 790 khz cambió radicalmente de perfil y dejó de ser emisora de "música juvenil" para transformarse en una estación de "radio hablada" con el nombre de "Expresión 790". Poco después, a partir del 1 de octubre de 1990, se registró un nuevo cambio de perfil y la frecuencia albergó a una emisora especializada en "música del recuerdo" (principalmente mexicana, compuesta en el periodo 1930-1960) dirigida a "adultos mayores" o a personas de "edad madura" pero nostálgicos de la música que oyeron sus padres y quizá ellos mismos cuando fueron niños. "El Fonógrafo del Recuerdo" fue el nuevo nombre de la estación y lo conservó durante prácticamente todo ese lustro. En mayo de 1994, sin embargo, el Grupo Radio Centro, operador de la frecuencia, decidió trasladar la programación de "El Fonógrafo" a los 1150 khz y colocar en los 790 khz otro concepto radiofónico: "Formato 21", basado en noticias 24 horas continuas en bloques informativos con 21 minutos de duración cada uno. Con este formato, la frecuencia hizo su ingreso al siglo XXI.

XEITE, 830 Khz: Luego de llevar durante seis décadas la sigla XELA y transmitir "música clásica" en todo ese lapso, la frecuencia de 830 khz protagonizó un cambio radical apenas iniciado el año 2002. El 2 de enero, sus radioescuchas habituales se encontraron, al sintonizar esta frecuencia, identificada como "Buena Música en México", con que la XELA, fundada en 1940, ya no existía y su lugar era ocupado por "Estadio W", una programación especializada en deportes. Como consecuencia de este cambio, la frecuencia abandonó la histórica sigla XELA y asumió la de XEITE (las últimas tres letras son iniciales del grupo "Imagen Telecomunicaciones", entonces propietario de los derechos para explotar este canal radiofónico).

Ocho meses después, en agosto de 2002, la programación deportiva de "Estadio W" emigró a los 590 khz (donde se llamó "Estadio 590") y la frecuencia de 830 khz entró en una nueva etapa con la denominación de "Radio Capital", nombre copiado a la antigua emisora rocanrolera que operó con ese nombre durante casi tres décadas en los 1260 khz. Un mes antes, en julio de 2002, el Grupo Mac, propiedad del señor Anuar Maccise Dib, compró al Grupo Imagen la emisora XEITE. El Grupo Mac es un consorcio asentado en el Valle de Toluca, el cual maneja varias empresas entre ellas periódicos y una estación de radio en la

capital mexiquense. Entre ellas están MAC Ediciones y Publicaciones S.A. de C.V., propietaria del periódico toluqueño *El Diario* y la emisora XECH “Radio Capital” (1490 AM) que difunde en Toluca. El tipo de programación elegido para operar la nueva “Radio Capital” fue el formato de “radio hablada” con acento en los programas de noticias. En 2004, el Grupo MAC creó una división especial para operar coordinadamente sus emisoras al cual llamó Grupo de Radiodifusoras Capital.

XEUN, 860 khz: En 1937 comenzó a operar en esta frecuencia la emisora XEXX, Radio Universidad Nacional Autónoma de México. Posteriormente, en 1939, para subrayar su pertenencia a la Universidad Nacional, cambió su sigla a XEUN, que todavía hoy ostenta. Fue la primera estación universitaria de México, característica que le dio una condición peculiar en el contexto radiofónico nacional, dominado por las estaciones privadas y en el que participan algunas emisoras de propiedad estatal. Los primeros estudios de Radio Universidad estuvieron en la calle de Justo Sierra 16, en el centro de la Ciudad de México, y la planta transmisora en la entonces Escuela de Ciencias Químicas, ubicada en la colonia Popotla.

Debido a problemas técnicos la inauguración se pospuso en dos ocasiones: inicialmente estuvo programada para el 18 de febrero de 1937 y después para el 12 de junio de ese año. Finalmente se llevó a cabo el 14 de junio de 1937 con una ceremonia efectuada en el Anfiteatro Bolívar de la Escuela Nacional Preparatoria donde el primer director de la emisora, Alejandro Gómez Arias, afirmó: "La Universidad Nacional aprovecha (...) una de las maravillas de la técnica moderna: el radio, que no sabe de distancias, que no tiene bandera y que está al servicio de la humanidad". Y expuso los objetivos de la UNAM al instalar su radiodifusora: “Llevar su voz de cultura a todas las clases sociales..., la labor de su cuerpo colegiado, de sus médicos, de sus abogados, de sus ingenieros, de todos sus catedráticos, de los que sirven al país del que la Universidad es esperanza y quiere ser un ejemplo”.

Tras el discurso de inauguración, se difundió un concierto de “música clásica” integrado por obras de Beethoven, a cargo del Trío Clásico de la Universidad; una

aria de ”Las bodas de Fígaro”, de Mozart, interpretada por la soprano Celia Teresa Pin; piezas para piano, por Juan D. Tercero; la “Sinfonía Inconclusa”, de Schubert, con la Orquesta Sinfónica de la Universidad, dirigida por José F. Vázquez; los Preludios de Liszt, también a cargo de la Sinfónica de la UNAM, bajo la dirección de José Rocabruna, el Preludio y el Allegro de Paganini-Kreisler, y “La Ronda de los duendes”, interpretados por la violinista Eloisse Roessier.

Ese programa musical y los objetivos señalados por Gómez Arias se mantienen todavía como fundamento en la programación de Radio UNAM donde, en efecto, predominan la “música clásica” y la información sobre las actividades académicas de la Universidad. Por supuesto, la emisora ha estado abierta a otro tipo de expresiones musicales, como el rock, el jazz o la música folclórica de diversos países, y a géneros como el radioteatro, el radio arte y las mesas de discusión sobre temas sociales y políticos.

XEW, 900 khz: La frecuencia de los 900 khz fue ocupada por la XEW a principios de los años cuarenta. Antes, la emisora fundada por Emilio Azcárraga Vidaurreta en 1930 transmitió en los 890 y en los 910 khz. Después de ser modelo a seguir para el resto de las radiodifusoras entre 1930 y 1960, tanto por sus contenidos de radio “hablada” como por los musicales, la emisora adoptó en la década de los sesenta una programación basada principalmente en el formato “hablado”. En las últimas cuatro décadas ese formato no se modificó sustancialmente. El único cambio destacable en relación con esta emisora ocurrió en octubre de 2001, cuando el Grupo Prisa, de España, adquirió a un costo de 50 millones de dólares y una “aportación de capital” de 10 millones más, el 50 por ciento de las acciones del Grupo Radiópolis, filial de Televisa y operador de las emisoras propiedad del consorcio. A partir de ese año, Prisa se encarga de operar las frecuencias de Radiópolis.

XEQ, 940 khz: Originalmente esta frecuencia fue ocupada, a partir de 1929, por la emisora XEFO, del Partido Nacional Revolucionario (más tarde Partido de la Revolución Mexicana) que la operó hasta 1942 (después la emisora del entonces partido gobernante pasó a los 1110 khz). En 1947, los 940 khz fueron ocupados por la emisora XEQ, fundada en 1938 pero que transmitía en 730 khz. Desde entonces,

la frecuencia de 940 no ha cambiado de sigla, pero es de las más inestables en materia de programación. En los años sesenta y setenta transmitió “radio hablada”. Después, en los ochenta, difundió música mexicana de catálogo y adoptó el nombre de “La Q Mexicana”. Con este nombre y esa programación inició la década de los noventa, pero en el curso de ella asumiría diferentes nombres y formatos. Luego de ser “La Q Mexicana” se inclinó hacia la “música moderna y juvenil en español” y asumió el nombre de “X 940”. Después probó con el formato de “radio hablada” y se llamó “Q 940 AM, Comunicación Total”. Más tarde, ya en el segundo lustro de los noventa, se convirtió en “La Tropi Q” para transmitir “música tropical”. En 2001, pasó a ser “Enamorada 940”, con “música del recuerdo”, aunque no tan antigua como, por ejemplo, la de “El Fonógrafo”, sino inclinada hacia la “balada romántica” de los años setenta y ochenta. En 2003, se convirtió en “Bésame 940, Grandes Recuerdos”, con “música romántica” de diversas épocas. En 2004 simplificó su nombre a “Bésame” y en 2005 lo varió levemente a Bésame 9-40, Radio Apasionada”.

XERFR, 970 khz: Esta frecuencia, una de las más antiguas en operación dentro del cuadrante del Distrito Federal, albergó desde el inicio de los años veinte y hasta el segundo lustro de los cincuenta a la XEK “La Voz del Comercio”, concesionada al señor Arturo Martínez. En 1958 la frecuencia pasó al control de Rogerio Azcárraga; durante los años sesenta y setenta fue XEDF “La Estación el Distrito Federal”, especializada en “música moderna y juvenil en español”. En la década de los ochenta, la frecuencia cambió dos veces de nombre, aunque no de tipo de programación: se llamó sucesivamente “Radio Fantástica” y “Fórmula 970, Radio Espectáculo” y siguió difundiendo *hits* de música moderna en español. En los años noventa, Radio Fórmula decidió cambiar la programación de sus emisoras al formato de “radio hablada” y la frecuencia asumió el nombre de “Radio Noticias DF”. Más tarde dejó de transmitir sólo noticias, aunque insistió en el formato de ”radio hablada” con el nombre de “Radio Fórmula”. Al finalizar la década, la antigua XEDF se convirtió en la emisora insignia del grupo con el nombre de XERFR “Radio Fórmula 970”. En esa condición se mantenía al iniciar el siglo XXI.

XEOY, 1000 khz: Fundada en marzo de 1942 por los señores José Iturbe Limantour e Ignacio Díaz Raygosa, XEOY “Radio Mil”, ha ocupado desde entonces

esta frecuencia. Inicialmente, la emisora intentó competir con XEW en el terreno de ésta, es decir, mediante la contratación de *estrellas* musicales y la producción de programas "en vivo". Sin embargo, sólo pudo aguantar el ritmo de competencia hasta 1945 por lo que en el segundo lustro de la década optó por una programación modesta, diseñada para no perder dinero. En 1950, los derechos de explotación de la frecuencia fueron vendidos al señor E. Guillermo Salas quien convirtió a la XEOY en impulsora de un proyecto radiofónico, inicialmente llamado Fórmula Radio Mil y después Núcleo Radio Mil, que modificó la forma de hacer radio en México y al cual nos referimos en el apartado 4.1. ("Audiencia segmentada") del capítulo II de este trabajo: la operación a base de discos y grabaciones combinada con la segmentación de las audiencias, lo cual permitía a cada una de las emisoras del Núcleo Radio Mil atender a un grupo específico de radioescuchas.

En los años sesenta XEOY "Radio Mil" se especializó en la difusión de "música moderna y juvenil en español" y fue, junto con la entonces XEDF (970 khz en aquella época), la principal promotora de los grupos y solistas que cultivaron ese género durante la época. A diferencia de su emisora vecina, Radio Mil mantuvo ese formato por más de tres décadas con los cambios obvios de intérpretes y ritmos musicales.

Al iniciar el siglo XXI adoptó el género de "balada en español" (especialmente "del recuerdo") y un nuevo nombre: "Radio Mil, de las mejores, la mejor". A partir del 22 de mayo de 2006, XEOY cambió sustancialmente su formato: se volvió emisora de "radio hablada" con algunos espacios musicales. Y también transformó su nombre: pasó a llamarse "Radio Mil... Vive México¡". En la parte "hablada" adoptó una programación cuyo objetivo es exaltar los sitios turísticos del país, la gastronomía de las diferentes regiones, las zonas arqueológicas y a dar información sobre "paquetes de viaje", costos de hoteles, de boletos de avión o autobús, etcétera. En los espacios musicales decidió programar "música regional mexicana" y, para no abandonar la tradición de la emisora, "balada en español". Durante cinco décadas, XEOY ha sido la emisora insignia del Núcleo Radio Mil.

XEQR, 1030 khz: El inicio de esta frecuencia data de los años treinta cuando fue ocupada por la emisora XEB, que se mantuvo ahí hasta principios de los cuarenta. En 1946, el señor Francisco Aguirre Jiménez adquirió los derechos de explotación de

esta frecuencia y la empezó a operar a base de discos de acetato, con la sigla XEQR. En 1952, Aguirre fundó el Grupo Radio Centro y la XEQR se convirtió en la emisora insignia. Durante más de tres décadas fue conocida como "Radio Centro, Música Ligada a su Recuerdo" por su programación a base de música de catálogo en español, especialmente de tipo romántico. Sin embargo, en el segundo lustro de los años noventa, la emisora sufrió un cambio importante: dejó el formato musical y adoptó el de "radio hablada". Asimismo, abandonó el nombre de "Música ligada a su recuerdo" y tomó el de "La nueva Radio Centro, la estación de la gran familia mexicana", con el cual ingresó al siglo XXI. En 2004 asumió el nombre de "Radio Centro 10-30".

XEEP, 1060 khz: Esta frecuencia comenzó a ser operada en 1967 por la Secretaría de Educación Pública con la sigla XEEP.[30] El inicio de sus actividades transcurrió en condiciones muy difíciles: fallas técnicas provocadas por la pobreza del equipo, integrado por aparatos viejos, obligaron a suspender las transmisiones y esperar un año para tener difundir de manera estable. Cuando, en 1968, XEEP volvió al cuadrante, otra vez se presentaron situaciones adversas: escasez de personal, equipo deficiente y dificultades de sintonía. Transmitía en horario

---

[30] Loa antecedentes de Radio Educación, sin embargo, se remontan hasta la década de los veinte en el siglo pasado. Creada en 1924, hacia el final del gobierno de Álvaro Obregón, por iniciativa del secretario de Educación Pública, José Vasconcelos, Radio Educación comenzó operar oficialmente el 30 de noviembre de ese año transmitiendo la toma de posesión del general Plutarco Elías Calles como presidente de la República. Una semana antes había iniciado sus transmisiones de prueba. El proyecto de que la Secretaría de Educación Pública (SEP) tuviera una estación de radio surgió en 1922, durante la gestión de José Vasconcelos, pero el permiso para operarla fue otorgado el 15 de julio de 1924, trece días después de que Vasconcelos había renunciado al cargo. Inicialmente emitía su señal en la frecuencia de los 560 kilohertz, que hoy utiliza Radio Chapultepec, y su sigla era CZE. En 1928, la emisora cambió su sigla a XFX y pasó a ocupar la frecuencia de 910 khz. Entre 1929 y 1935, tuvo constantes cambios de ubicación en el cuadrante: pasó sucesivamente a 892, 840, 860 y 610 khz. En febrero de 1936 modificó su sigla a XEXM y en marzo de 1937 dejó de pertenecer a la SEP para pasar al control del Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad, creado por el gobierno de Lázaro Cárdenas, con la sigla XEDP. Esta emisora desapareció al iniciar el gobierno de Manuel Ávila Camacho,

En noviembre de 1946, casi al final de su administración, Ávila Camacho dispuso que se instalara nuevamente una emisora dependiente de la SEP: la XEOF, "Vocero cultural de México". Sin embargo, cinco meses después, en marzo de 1947, el nuevo presidente, Miguel Alemán Valdés, ordenó que la estación pasara a formar parte de la Secretaria de Gobernación. Durante dos décadas, la SEP careció de una radiodifusora, hasta que, en 1967, durante el régimen de Gustavo Díaz Ordaz, salió al aire XEEP "Radio Educación" en los 1060 kilohertz. Una recuento detallado de esta emisora puede verse en *Una historia hecha de sonidos; Radio Educación: la innovación en el cuadrante*, (obra conmemorativa de los ochenta años de Radio Educación), Secretaría de Educación Pública, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Col. Innovación y calidad no. 12, México, 2004.

discontinuo --de las 7 de la mañana a las 2 de la tarde y de las 6 de la tarde a las 10 de la noche-- algo que era común en los años veinte, pero casi increíble a finales de los sesenta. Esa situación duró varios años; por ejemplo, a principios de 1971, la transmisión era de 1 a 4 de la tarde y de 7 a 10 de la noche, de lunes a viernes.

A partir de 1972, durante el gobierno de Luis Echeverría, las cosas cambiaron para Radio Educación. Se construyó una planta transmisora en un paraje ubicado a la altura del kilómetro 12 de la carretera México-Puebla. Ahí se montó un transmisor con capacidad para 50 mil watts que le permitió a XEEP ir aumentando progresivamente su potencia: primero a 10 mil watts, luego a 20 mil y finalmente a 50 mil, con lo cual dejó de ser un "fantasma" en el cuadrante. Asimismo, se construyó el edificio situado en la colonia Del Valle, sede actual de la emisora.

Entre 1973 y 1978, Radio Educación consolidó un estilo que fue definido como "la tercera posibilidad en la radio". Se buscaba, por una parte, que la radiodifusora de la SEP no fuera tan “seria” como otras estaciones culturales, por ejemplo Radio UNAM, que basaban su programación en la “música clásica” y mantenían un estilo de locución a veces rígido, con voces excelentes, pero demasiado “formales”; y, por otra, que la estación no cayera en el extremo opuesto, o sea en un estilo similar al de la mayor parte de las radiodifusoras comerciales cuya programación estaba fundamentada en la música popular-comercial, generalmente promovida por las compañías disqueras, acompañada por una locución frecuentemente descuidada, repetitiva y con graves errores gramaticales y de dicción. Con esas premisas, Radio Educación encontró, efectivamente, un tercer camino: su programación musical incluía obras clásicas, pero también música popular de los géneros más diversos y de las procedencias y nacionalidades más variadas --música folclórica mexicana y latinoamericana, rock, jazz, música afroantillana, africana, árabe, europea, etcétera--, la locución trataba de ser amable, profesional, correcta, eludiendo la formalidad tradicional en las emisoras culturales y los sonidos estentóreos de la practicada en la radio comercial, los programas de contenido incluían algunas emisiones de intención educativa, pero también otras

que se referían a expresiones de la vida cotidiana del país en los ámbitos político, artístico y social.

Con algunos cambios leves, el esfuerzo por constituir una opción ubicada entre la radio comercial y la radio cultural de tipo "tradicional" ha permanecido en XEEP desde hace más de dos décadas.

XERED, 1110 khz: En los años cuarenta, esta frecuencia fue ocupada por la XEFO, emisora del Partido de la Revolución Mexicana. A finales de esa década, la empresa Radio Cadena Nacional (RCN), presidida por el señor Rafael Cutberto Navarro, adquirió los derechos para explotar la frecuencia que asumió la sigla XERCN, "Radio Cadena Nacional". En los años sesenta, la emisora operó con el nombre de "Onda 111". RCN mantuvo la frecuencia hasta 1974, año en que vendió los derechos para explotarla a Radio Programas de México, empresa fundada por el señor Clemente Serna Martínez y presidida en ese momento por su hijo Clemente Serna Alvear. Emisora de "radio hablada" desde que fue adquirida por RCN, la frecuencia no cambió de formato, aunque dejó paulatinamente de difundir radionovelas (base de su programación mientras la operó RCN) y empezó a transmitir preferentemente noticiarios y programas de "consejos para la familia". En 1974 empezó a transmitirse por esta frecuencia el exitoso noticiario "Monitor". Ese mismo año, la sigla de la emisora cambió a XERED y asumió el nombre de "Radio Red".

En diciembre 1994 la emisora cambió otra vez de propietario al ser adquirida por el Grupo Radio Centro. El cambio de dueño, sin embargo, no alteró el estilo de la estación, que continuó explotando el formato de "radio hablada". Tampoco cambió este tipo de programación, ni el nombre de Radio Red, cuando, en 2004, el Grupo Radio Centro decidió unilateralmente retirar de esta frecuencia el noticiario "Monitor", luego de un litigio con la empresa Infored, productora del informativo.

XECMQ, 1150 khz. El origen de esta frecuencia, una de las más antiguas en operación dentro del cuadrante capitalino se ubica en la década de los años treinta cuando fue concesionada a la empresa Financiera Inversiones, S.A. que la operó con la sigla XEL. En los años cuarenta los derechos de explotación fueron transferidos a la señora Delia Cubillas de Fernández bajo cuya administración

asumió la sigla XEJP. En noviembre de 1958 el Grupo Radio Centro adquirió los derechos para operar la frecuencia que, a partir de ese momento, pasó a llamarse “Radio Variedades”. Durante los años sesenta transmitió “música moderna y juvenil” con la particularidad de que su programación incluía canciones en inglés y en español. En la segunda mitad de esa década fue conocida como “Radio Variedades, Reina de la popularidad en México”, nombre que conservó durante los años setenta cuando introdujo un cambio a su programación: siguió transmitiendo “música juvenil”, pero solamente en español a diferencia de los años sesenta cuando incluía números en inglés. En los años ochenta, “Radio Variedades” difundió *pop* en español como base de su programación.

En el transcurso de los años noventa, la frecuencia tuvo varios cambios. Dejó de identificarse con la sigla XEJP, de llevar el nombre de Radio Variedades y de difundir “música moderna y juvenil en español”, para adoptar la sigla XECMQ, el nombre de “Formato 21” y transmitir noticias durante 24 horas continuas. En 1994 el Grupo Radio Centro dispuso un “enroque de programación” entre esta frecuencia y la de 790 khz, de manera que el “concepto” conocido como “El Fonógrafo del Recuerdo” pasó a los 1150 khz y “Formato 21” se ubicó en el canal de 790 khz. En el primer lustro del siglo XXI, “El Fonógrafo” continuó en esta frecuencia.

XEFR, 1180 khz: Esta frecuencia comenzó sus operaciones en el primer lustro de los años sesenta. En 1966, el Grupo Acir, fundado un año antes, adquirió los derechos para operarla. Desde su inicio de actividades y hasta el principio de los años noventa la frecuencia se mantuvo con el nombre de “Radio Felicidad” y una programación a base de “música moderna y juvenil en español”. Al comenzar los noventa, Acir decidió modificar el perfil de la emisora, que pasó a difundir “música grupera” y a llamarse “La Comadre”. Luego, en el segundo lustro de los noventa, cambió otra vez de nombre y programación: se transformó en “Oxido 21, Rock en toda su amplitud mental”. En 2002 reasumió el nombre de “Radio Felicidad”, al que agregó “Los éxitos de siempre”, con una programación basada en “éxitos musicales en español” de 1960 a 1980 e incluso algunos de los años cincuenta.

XEB, 1220 khz: El primer concesionario de la frecuencia de 1220 khz fue el señor Pedro Riestra y Díaz quien durante el segundo lustro de los años treinta la operó con

la sigla XEDA. En 1942, Riestra empezó a explotar otra frecuencia, la de 590 khz con la sigla XEPH, y dejó libre el canal de 1220 khz que fue ocupado, a partir de entonces, por la emisora XEB, originalmente propiedad de la fábrica El Buen Tono (la "B" había ocupado antes de 1942 la frecuencia de 1030 khz). Después de ser operada en los años sesenta por el Grupo Oro, la XEB pasó en los setenta a manos del Grupo Radio Fórmula que, a finales de esa década, como se explicó antes, perdió el control sobre este canal, el cual pasó ser propiedad del gobierno federal que primero lo incorporó al Grupo RTC y posteriormente, en 1983, al Instituto Mexicano de la Radio.

En la frecuencia de 1220 khz, "La B Grande de México" ha sido una de las emisoras con mayor estabilidad en cuanto a su programación. Desde hace cuatro décadas ha transmitido "música mexicana de catálogo" como base de su propuesta radiofónica. En 2002 aumentó palabras a su denominación y pasó a ser "La B Grande, más grande que nunca"

XEL, 1260 khz: Concesionada al señor Ramón Ferreiro desde el principio de los años cuarenta esta frecuencia ha tenido siempre la misma sigla. El 6 de enero de 1964 asumió el nombre de "Radio Capital" con que haría historia durante cinco lustros en el cuadrante capitalino con una programación basada en *pop* y rock en inglés.. Su director era Luis Cabero Mendoza, quien durante los años cincuenta había sido uno de los introductores del rock en México a través de la emisora "Radio 620". Durante veinticinco años fue una de las principales radiodifusoras en este género junto con "Radio Éxitos" y "Radio 590, La Pantera". Los programas que más se recuerdan de "Radio Capital" son "La Ola Inglesa", "Estudiantes 1260", "Música con pasado", conducidos por el locutor César Alejandre, y "Vibraciones" con la producción de Luis Cabero y la voz de Manuel Camacho, así como los resúmenes anuales todos los 30 y 31 de diciembre en los que difundía las canciones más populares del año que concluía, según el *Hit Parade* estadounidense.

En 1966, el Grupo Acir adquirió los derechos de operación de esta emisora que era conocida entonces como "Radio Capital, Consentida de la Juventud".

En 1989, Radio Capital dejó de transmitir *pop* y rock para convertirse en emisora de "radio hablada". Estación insignia del Grupo Acir desde mediados de los sesenta,

asumió en los noventa el nombre de “Radio Acir, la señal del país”. En 2003 registró un nuevo cambio y se convirtió en “La 12-60 AM, Mejorando tu Vida Diaria” con una programación de “radio hablada” dirigida a las mujeres.

XEDA, 1290 khz: Esta frecuencia comenzó a operar en los años cuarenta con la misma sigla que ha conservado durante más de cinco décadas: XEDA. En 1964 se integró al Grupo Imagen que adquirió los derechos para operarla y bajo cuyo control permanecería por casi tres décadas. Durante ese tiempo llevó el nombre de “Radio Trece” y difundió una programación a base de “música internacional”. En diciembre de 1993, la emisora XEDA fue adquirida por la empresa Radio S.A. Antes de su venta, Radio Trece había cambiado un par de veces de programación musical. En 1991 llevaba la identificación de “Corazón Latino” y difundía ritmos caribeños y boleros. Después, en 1992, se transformó en “Rock and Radio”, nombre que tenía al momento de ser adquirida en 1993. En febrero de 1994, la emisora, ya bajo la propiedad de Radio S. A., empresa presidida por el radiodifusor Carlos Quiñones Armendáriz, asumió nuevamente el nombre de “Radio Trece” y abandonó la programación musical para transformarse en estación de “radio hablada”.

XENET, 1320 khz: A principios de los años cuarenta, la señora Carmen Gutiérrez se convirtió en la primera concesionaria de esta frecuencia. Entonces llevaba la sigla XEAI. En mayo de 1962, el Grupo Radio Centro adquirió los derechos para operar la frecuencia y la dotó de una programación a base de “música tropical”. Desde esa época y hasta el segundo lustro de los años setenta fue la emisora más popular en el género. Al final de esa década, Radio Centro dispuso un cambio en esta frecuencia: modificó su sigla a XECMQ y la denominó “Radio Sensación”, emisora especializada en “música moderna y juvenil en español”. En los ochenta, aún con el nombre de “Radio Sensación”, continuó con la transmisión de música juvenil pero, además de las canciones en español, incluyó números en inglés.

Durante la década de los noventa la frecuencia registró más cambios. Inició la década como XECMQ “Radio Sensación”, con “música moderna y juvenil en español”, pero en el segundo lustro cambió a XEJP, “Radio Variedades” y difundió “música grupera” (esa sigla y ese nombre, aunque no esa programación, habían prevalecido en la frecuencia de 1180 khz en los años sesenta y setenta). En

diciembre de 1998 la emisora pasó a poder de la empresa Infored, presidida por José Gutiérrez Vivó, debido a un convenio entre ésta y Radio Centro. Según el acuerdo, los noticiarios "Monitor", producidos por Infored, se difundirían hasta el año 2015 por las estaciones Radio Red AM y FM. A cambio del derecho a difundir este servicio de noticias a través de las dos estaciones, Radio Centro se comprometía a pagar a Infored, entre otras prestaciones, 15.4 millones de dólares y a transferir a esta empresa dos frecuencias de radio: XEJP (1320 khz) y XEFAJ AM (1560 khz), ambas en el Distrito Federal. La cesión quedó concluida formalmente el 20 de abril de 2000.[31] En 2001, ya bajo la administración de Infored, XEJP dejó de llamarse "Radio Variedades" y de difundir "música grupera", para asumir el nombre de "Track 13-20" y transmitir "música moderna y juvenil en español".

El 3 de marzo de 2004, el Grupo Radio Centro decidió retirar el noticiario "Monitor" de las frecuencias de Radio Red AM y FM, por lo cual la empresa Infored, productora de ese informativo comenzó a difundirlo en la frecuencia de 1320 khz. A mediados de ese mes, Infored inició en esta frecuencia un proyecto de programación "hablada" llamado XENET "Radio Bienestar" a base de mesas redondas, noticiarios y programas de "servicio a la comunidad" y consejos para la familia. En septiembre de 2004, la empresa Infored cambió su nombre a Grupo Monitor.

XEQK, 1350 Khz: La que fuera desde 1940, y durante más de seis décadas, la emisora de "La Hora Exacta" experimentó cambios importantes hacia el final de los años noventa y el principio del siglo XXI. Adscrita desde 1983 al Instituto Mexicano de la Radio, la XEQK dejó de combinar, a partir de enero de 1998, la mención de la hora exacta con anuncios comerciales y empezó a mezclarla con música *pop* en español; en lugar de bloques de cincuenta segundos de publicidad tras los cuales se mencionaba la hora, se difundían números musicales y sobre ellos se insertaba la mención de la hora exacta. Posteriormente, en abril de 2003, la dirección del IMER puso en marcha el proyecto llamado "La radio de los ciudadanos" a través del cual organizaciones sociales que así lo desearan podrían participar en concursos creados ex profeso para, en caso de resultar seleccionadas luego de presentar un proyecto,

---

[31] Grupo Radio Centro, S.A. de C.V., "Informe anual que se presenta de acuerdo con la circular 11-33 de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores", 31 de diciembre de 2000.

difundir a través de esta frecuencia programas de radio elaborados por ellas mismas. Sin embargo, a partir del 15 de agosto de 2005, por decisión del IMER, la XEQK volvió a ser la emisora de "la hora", mientras que "La radio de los ciudadanos pasó a los 660 khz. En su nueva época, la XEQK ya no se llamó "La Hora Exacta", aunque sí reasumió la función de proporcionarla minuto a minuto. Adoptó el nombre de "XEQK, 13-50, Información que amplía tu mente", porque, a diferencia de otras épocas, en que transmitía anuncios comerciales entre cada mención de la hora, en su versión iniciada en 2005 difunde "cápsulas culturales".

XECO, 1380 khz: La frecuencia de 1380 khz comenzó a operar en 1938 con la sigla XEMX y concesionada al señor Alfonso Traslosheros. En 1941 pasó al control de Guillermo Robles Martínez, quien ese año adquirió los derechos de explotación. Posteriormente, en 1947, pasó a poder de Juan Antonio Egúrrola. Entre 1952 y 1958, bajo la operación de Luis Martínez Vértiz, quien adquirió los derechos sobre la frecuencia, ésta vivió una etapa muy interesante de su existencia con el nombre de "XEMX, Radio Femenina", una emisora en la que todo el personal, lo mismo el administrativo que el de producción, el de locución y el de operación en cabina, estaba integrado por mujeres. En 1958 los derechos sobre la frecuencia fueron adquiridos por el Núcleo Radio Mil, que en 1959 la transformó en XECO "Radio Eco", especializada en música de catálogo de los años treinta, cuarenta y principios de los cincuenta, combinada con boleros y *hits* "románticos" del momento. Al iniciar los años sesenta, "Radio Eco" añadió a su nombre el lema "Música que llega a su corazón".

"Radio Eco" tuvo una vida de casi treinta años. En 1988, Radio Mil decidió cambiar el nombre de la frecuencia e introducir una leve variación a su contenido: pasó a llamarse "Dimensión 13-80" y a la programación basada en música de catálogo compuesta en los años treinta, cuarenta y cincuenta añadió "canciones románticas" (boleros y baladas) de los años ochenta o ya antiguas pero con intérpretes nuevos.

En agosto de 1994, como parte de una reestructuración económica realizada a mediados de la década, el Núcleo Radio Mil decidió venderle al Grupo Radiorama dos de las emisoras que operaba en el Distrito Federal: XECO (1380 khz), conocida

en ese momento como “Dimensión 13-80”, y XEUR (1530 khz) que llevaba entonces el nombre de “Radio Onda”. El grupo Radiorama fue fundado en 1970 por los señores Javier Pérez de Anda y Adrián Pereda López, y antes de esta operación no tenía emisoras en el DF. La XECO fue transformada en “Romántica 13-80” con una programación basada en música de catálogo en español, acorde con la tradición que había desarrollado esa frecuencia desde varios años antes, primero con “Radio Eco” y después en “Dimensión 13-80”. Con una programación integrada por música de catálogo y el nombre de “Romántica 13-80”, la frecuencia ingresó al siglo XXI.

En julio de 2005, el grupo Radiorama llegó a un acuerdo con Televisa Radio para rentarle esta frecuencia con el fin de que en los 1380 khz se transmitiera simultáneamente la señal de “La Kebuena”, emisora “grupera” de FM. En esta modalidad de “combo” –como se le llama a la transmisión simultánea de una misma programación en las bandas de AM y FM— y convertida en “grupera”, la frecuencia de 1380 khz inició una nueva época.

XEBS, 1410 khz: Una de las pocas frecuencias que han conservado su sigla original es la de 1410 khz cuyo indicativo de llamada (XEBS) se mantiene vigente desde que comenzó a operar a principios de los años cuarenta concesionada a la señora María Remedios Delgado. Unos años antes, en 1937, la señora Delgado, había iniciado la operación de la XEBS en la frecuencia de 1430 khz, sin embargo debió moverse en el cuadrante por disposición de la SCT, pues si se miran los cuadros 91 y 92 de este capítulo puede apreciarse que entre 1939 y 1942 el número de estaciones en operación crece considerablemente por lo que hay un ajuste en la ubicación de las emisoras para dejar una separación de al menos 30 khz entre ellas y evitar interferencias. A finales de los años cuarenta, los derechos para operar la frecuencia fueron adquiridos por la empresa Hispano Mexicano, S.A. presidida por el señor Jaime Franzi, de nacionalidad española, quien dio a la programación un perfil fundamentado en música de ese origen.

En 1953, el Núcleo Radio Mil adquirió la empresa Hispano Mexicano, S.A. y con ello la facultad de operar la frecuencia. Nombre y programación se transformaron y el canal de 1410 khz empezó a ser conocido como “Radio Sinfonola, la estación del Barrilito”, especializada en “música ranchera y norteña”. La idea era transmitir por

radio los *hits* de estos géneros que se oían en las sinfonolas. En 1959, Radio Mil decidió introducir cambios en la estación: la rebautizó como "Radio Satélite" y la dedicó a transmitir "música variada". Sin embargo, el cambio no tuvo buenos resultados y en 1961 "Radio Sinfonola" reapareció en el cuadrante con un nuevo lema: "La mera mera en música ranchera". Por más de cuatro décadas, esta frecuencia ha mantenido el formato "ranchero y norteño" y solamente se ha adaptado a los cambios registrados por esos géneros a través de los años. El nombre de "Radio Sinfonola" se ha mantenido con algunos cambios en el lema, por ejemplo, "En norteño, ranchero y banda, Sinfonola es la que manda", a finales de los años noventa, o "Radio Sinfonola, La más perrona", que asumió en los primeros años del siglo XXI.

XEST, 1440 Khz: Esta frecuencia comenzó a operar en los años cuarenta concesionada a la señora María Cardona Zetina. Su sigla original fue XELZ. En octubre de 1960, el Grupo Radio Centro adquirió los derechos de explotación sobre este canal y lo convirtió en XELZ, "Radio LZ, Música de pegue", especializada en el género "ranchero", nombre que conservó durante los años sesenta y hasta el primer lustro de los setenta, para penetrar después a una etapa de constantes cambios.

En el segundo lustro de los setenta, Radio Centro dispuso que en esta frecuencia operara XEAI, "Radio AI", con una programación de "música tropical", concepto que antes había ocupado la frecuencia de 1320 khz. En los años ochenta la frecuencia cambió de sigla y programación: se transformó en XEST y fue sucesivamente "Estudiantes AM" y "Radio Alegría", en ambos casos con "música moderna y juvenil en español". En el primer lustro de los noventa la frecuencia mantuvo su sigla y adquirió el nombre de "Radio Éxitos" (otro de los nombres sobre los cuales Radio Centro tiene derechos), pero no cambió su tipo de programación. En 1995, el Grupo Radio Centro llegó a un acuerdo con el Grupo Siete para que esta empresa, propiedad de Francisco Sánchez Campuzano, asumiera la operación de la frecuencia. El convenio fue una especie de "enroque radiofónico", pues en 1993 el Grupo Siete había cedido a Radio Centro la operación de la emisora XHFO en la banda de FM.

Una vez en manos del Grupo Siete, la emisora asumió el nombre de “Sonido Crystal México” y una programación de “música grupera”. En 1998, la frecuencia de 1440 khz cambió su programación a “radio hablada” con el nombre de “Cambio 14-40”. Al comenzar el siglo XXI se transformó en “Radio Noticias 14-40”, también operada por el Grupo Siete. En 2004 la frecuencia cambió de nombre a “La Reina del Hogar”, especializada en noticias y programas “hablados”, algunos de ellos con carácter religioso colocados en la emisora mediante el esquema de compra de tiempo al aire por parte de grupos con esa tendencia.

XEAI, 1470 khz: Las primeras transmisiones en esta frecuencia se remontan al segundo lustro de los años treinta cuando operó en ella la estación XEQK, entonces concesionada a la señora Carmen Gutiérrez. En los años cuarenta la frecuencia fue ocupada por la emisora XESM concesionada al señor Salvador San Martín. Durante los años sesenta la emisora conservó la sigla XESM y hacia la segunda mitad de la década fue operada por el grupo SOMER (Sociedad Mexicana de Radio, S.A).

En el primer lustro de los setenta, el canal de 1470 khz pasó a ser operado por el Grupo Radio Fórmula que le dio el nombre de “Radio Fiesta”, emisora de “música tropical”. Después, hacia el final de la década, cambió de formato hacia la “música ranchera”. Durante los años ochenta, la frecuencia, aún con la sigla XESM, adoptó el nombre de “Radio Cañón” para transmitir “música moderna y juvenil en español”. En el primer lustro de los noventa, un nuevo cambio de perfil la transformó en estación rocanrolera con el nombre de “Rock Fórmula”, encargada de difundir música de ese género correspondiente a los años sesenta y setenta, tanto en inglés como en español. En la segunda mitad de los noventa, el Grupo Radio Fórmula revivió en los 1470 khz a la tradicional XEAI, que operada por otro grupo, Radio Centro, en distintas frecuencias, había ganado en décadas anteriores adeptos entre los aficionados a la “música tropical”. Al comenzar el siglo XXI, la estación adoptó el formato de “radio hablada” con que el Grupo Radio Fórmula uniformó a sus emisoras al inicio de la nueva centuria. “Radio Fórmula 14-70, tercera cadena nacional” fue el nombre elegido para esta frecuencia.

XEDF, 1500 khz: El origen de las transmisiones en este canal data de principios de los años treinta cuando operó en él la estación XEFZ, concesionada al señor

Manuel Zetina, uno de los primeros radiodifusores que hubo en el país, quien junto con otro pionero, Arturo Martínez, fundó en 1925 la estación CYO. A finales de los treinta, la frecuencia deja de aparecer en los listados de operación que fue posible obtener para esta trabajo, pero reaparece a principios de los cuarenta con la sigla XERH y con el señor Gabriel Hernández Llergo como concesionario. La frecuencia se mantuvo con la sigla XERH durante las décadas de los cuarenta y los cincuenta.

Durante los años sesenta, la frecuencia difundió "música ranchera" y tuvo el nombre de XERH "Mi estación". En los años setenta pasó al control del Grupo Radio Fórmula y fue conocida sucesivamente como "Radio Tricolor" (música ranchera), en el primer lustro de la década, y "La RH" (música tropical) durante la segunda mitad. En la década de los ochenta, Radio Fórmula colocó en la frecuencia de los 1500 khz la sigla XEAI con la programación de "música tropical" que, en otras frecuencias, había ganado prestigio durante varios años entre los radioescuchas aficionados a ese género. En los años noventa, dentro del proyecto emprendido por Radio Fórmula para uniformar a sus emisoras en el formato de "radio hablada", la frecuencia asumió el nombre de "1500 AM" y después el de "Radio Fórmula 1500". Al finalizar esa década, Radio Fórmula transfirió al canal de 1500 khz la sigla XEDF que su frecuencia insignia, en los 970 khz, llevó durante casi cuatro décadas. También modificó su nombre: "Radio Fórmula 1500, Cadena Radio Uno".

XEUR, 1530 Khz: Esta frecuencia comenzó a operar en 1964, luego de que la concesión para operarla fue otorgada un año antes a la empresa Radio Unión Texcoco, S.A., una filial formada ex profeso por el Núcleo Radio Mil. En su origen llevó el nombre de "Radio Onda", especializada en "música tropical". Durante tres décadas mantuvo ese nombre y ese formato, aunque cambió varias veces de lema: "La tropical ardiente", durante los años sesenta y setenta; "Deportiva y sabrosona", a mediados de los ochenta, cuando alternó la "música tropical" con los programas deportivos; y "Salsa pura, pura salsa" al final de los ochenta y principios de los noventa.

Como se mencionó líneas arriba, en agosto de 1994, el Núcleo Radio Mil decidió venderle al Grupo Radiorama los derechos de explotación de dos frecuencias: XECO (1380 khz), conocida en ese momento como "Dimensión 13-80" y

XEUR (1530 khz), “Radio Onda”. Tras la compra, XEUR conservó temporalmente la programación “tropical” y mantuvo el nombre de “Radio Onda”, pero al finalizar 1994 lo cambió por “Fiesta Mexicana” y se transformó en “grupera”, género en el que ya había incursionado brevemente antes de cambiar de operador. En 1995, Radiorama firmó un convenio con el Grupo Siete, propiedad del radiodifusor Javier Sánchez Campuzano, para que éste operara durante dos años la XEUR; de esta manera, la estación asumió el nombre de “Super Estelar” sin dejar de transmitir “música grupera”. En 1996, la estación pasó al formato de “radio hablada” y se convirtió en “Cambio 15-30”, nombre que conservó hasta septiembre de 1997. Ese mes, al terminar el convenio con Grupo Siete y volver a ser operada por Radiorama, adoptó el nombre de “La Poderosa” para retornar a la programación de “música grupera”. Luego, en 1999, se llamó “Tu Música”, con una programación a base de “música instrumental”.

La accidentada existencia de la XEUR sumó otro cambio en octubre de 2001 cuando el empresario Alejandro Burillo Azcárraga, dueño del Grupo de Comunicaciones Pegaso, llegó a un acuerdo con Radiorama para rentar la emisora de los 1530 khz donde Burillo puso en marcha un proyecto de “radio hablada” denominado "Red W Interactiva". El experimento duró pocos meses, comenzó el 22 de octubre de 2001 y concluyó el 18 de febrero de 2002 con evidente fracaso de audiencia y anunciantes, además de pérdidas económicas calculadas en un millón de dólares para el Grupo Pegaso.[32] Tras el episodio, Radiorama retomó la operación de la XEUR y revivió a “La Poderosa” con su programación de “música grupera”. Luego, de noviembre de 2002 a marzo de 2003, la estación asumió el nombre de “La Mexicana”, con una programación de música ranchera.

En mayo de 2003 se registró un nuevo cambio de formato: Radiorama firmó un convenio de arrendamiento, ahora con el señor Andrés Massieu, del Grupo PDI, y la frecuencia de 1530 khz, con un nuevo programador, volvió a transmitir “radio hablada e informativa” con el nombre de “Frecuencia Positiva”. Un año después,

---

[32] Véase Fernando Mejía Barquera, “Viene la radio digital y W interactiva ‘flor de unas semanas’” en *Etcétera*, marzo de 2002.

en junio de 2004, se produjo un cambio más en esta frecuencia: el convenio con PDI llegó a su fin y Radiorama decidió modificar el formato y el nombre de este canal que volvió a transmitir música. “Mariachi Estéreo” fue la denominación elegida y la música ranchera el género musical adoptado. En 2005, sin modificar ese tipo de programación, adoptó el nombre de “Radio Mexicana”.

XEINFO, 1560 khz: En los años sesenta, la empresa Radio Programas de México empezó a operar esta frecuencia con la sigla XEVIP y una programación en idioma inglés tanto en sus contenidos “hablados” como musicales. Con esas características el canal de 1560 khz vio pasar los años sesenta y setenta. En 1981 la frecuencia pasó a ser operada por el Grupo Radio Centro y la programación de Radio VIP se trasladó a la frecuencia de 88.1 mhz en la banda de FM. El cambio de operador significó también una modificación de la sigla, el nombre y la programación de esta frecuencia que pasó a llamarse XEFAJ “Radio Consentida”, especializada en “música ranchera”. Con ese nombre se le conoció hasta el final de los años noventa. Esta frecuencia formó parte del paquete que Radio Centro cedió a Infored, según el acuerdo entre ambas empresas al que se hizo referencia más arriba (véase el apartado correspondiente a la emisora XEJP, 1320 khz). En 2001, ya administrada por Infored, la XEFAJ dejó de llamarse “Radio Consentida” y de transmitir “música ranchera”; su nombre para los primeros años del siglo XXI fue “La Banda 15-60” y el género elegido para su programación fue el de “música grupera”. En marzo de 2004, se produjo un nuevo cambio en esta frecuencia: Infored, productora del noticiario “Monitor”, trasladó este programa informativo a los 1560 khz y decidió cambiarle de nombre, sigla y formato a la emisora; a partir de entonces, llevó el nombre de “Radio Monitor”, modificó su sigla a XEINFO y abandonó el formato de “música grupera” para adoptar el de radio “hablada” con acento en los programas de noticias. En septiembre de 2004, Infored se transformó en Grupo Monitor.

XEVOZ, 1590 khz: La primera concesionaria de esta frecuencia fue la señora Dolores Estrada de F., quien comenzó a operarla a principios de los años cuarenta del siglo XX con la sigla XEMC. En los años sesenta, la frecuencia ya aparecía en el cuadrante con el indicativo XEVOZ y una programación de “música mexicana de

catálogo”. En 1966, el Grupo Acir adquirió los derechos de operación de esta frecuencia, que en el segundo lustro de los sesenta, la década de los setenta y la de los ochenta mantuvo inalterados el nombre y la programación.

En 1989, Acir trasladó a esta frecuencia el nombre de “Radio Capital” que se había hecho célebre en la frecuencia de los 1260 khz durante los años sesenta y setenta cuando difundió una programación de rock en inglés. Sin embrago, la empresa operadora no mantuvo por mucho tiempo los contenidos rocanroleros en la programación y la sustituyó por una a base de “música tropical” totalmente ajena a la tradición del nombre “Radio Capital”. Al principiar la década de los noventa, el Grupo Acir trató nuevamente de revivir en los 1590 khz la tradición roquera de la antigua “Radio Capital” y asignó a esta frecuencia un nuevo nombre: “Capital Heavy Radio”, con una programación de rock en inglés. Sin embargo, en el segundo lustro de esa década, la frecuencia volvió a cambiar de nombre y programación: pasó a llamarse “Bonita, 1590 AM, con la música de mi tierra” y se especializó en “música ranchera selecta”, no “bravía” sino “fina”, preferentemente “bolero ranchero” de diversas épocas. Con ese nombre ingresó al siglo XXI.

El 1 de enero de 2005, por decisión del Grupo Acir, “Bonita” desapareció y en su lugar apareció un nuevo proyecto radiofónico: “Radio Reloj”, emisora encargada de proporcionar la hora minuto a minuto la hora. El concepto, anteriormente explotado durante muchas décadas por la XEQK, pasó a los 1590 khz. Entre cada mención de la hora, “Radio Reloj” transmite anuncios, reportes acerca del tráfico en la Ciudad de México, consejos de salud, ofertas de trabajo y promocionales sobre la programación de otras estaciones del Grupo Acir.

7.2. *FM: inestabilidad compartida*

Si en el cuadrante radiofónico del Distrito Federal la banda de AM ha sido históricamente inestable, la de FM no se ha quedado atrás, pese a tener mucho menos tiempo en funcionamiento:

Durante casi tres décadas se consideró que en el Distrito Federal únicamente podían operar 25 estaciones de alta potencia en la banda de FM debido a que las normas técnicas emitidas por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para instalar y operar radiodifusoras en el rango de 88 a 108 mhz en la república

establecían que entre cada emisora de alta potencia en operación debía dejarse un espacio vacío de 0.8 mhz para asegurar que no hubiera interferencias entre estaciones contiguas.[33] Por esa razón, cuando, en 1986, comenzó a operar la emisora "Opus 94" en la frecuencia de los 94.5 mhz, se consideró que la banda de FM en la capital de la república había quedado saturada. La excepción a lo estipulado por las normas técnicas eran las estaciones de baja potencia, que pueden operar con 100 watts como máximo y una separación de 0.4 mhz entre su frecuencia y las ocupadas por emisoras contiguas. A principios de los años noventa sólo transmitían en el DF, con autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, dos emisoras de este tipo: XHUPC (95.7 mhz), permisionada en 1987 a la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica del Instituto Politécnico Nacional, y la ubicada en los 90.9 mhz, permisionada en 1991 a la Universidad Iberoamericana. Asimismo, una tercera frecuencia, la de 94.9 mhz, permisionada al Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Estado de México, que la operaba con el nombre de "Frecuencia CEM", podía captarse en algunos puntos limítrofes al norte del DF.[34]

---

[33] Las primeras normas técnicas para la banda de FM fueron publicadas en el *Diario Oficial de la Federación* el 4 de noviembre de 1974 con el nombre de de *Normas técnicas para la instalación y operación de estaciones de radiodifusión sonora en la banda de 88 a 108 mhz, con portadora principal modulada en frecuencia*. "En las normas técnicas se establece que en la banda de FM existirán 100 canales, numerados del 201 al 300, y sus frecuencias centrales comenzarán en 88.1 mhz (canal 201) y terminarán en 107.9 mhz (canal 300). Cada canal tendrá una 'anchura de banda' de 200 khz (.2 mhz) y las estaciones que operen dentro de una misma ciudad deben mantener entre sí una separación de al menos 800 khz (.8 khz) para no causarse interfrenecias. Esto significa que, si se sigue tal disposición, en una misma ciudad, excepción hecha de algunas ciudades del norte de la república donde privan convenios bilaterales con Estados Unidos, pueden operar como máximo 25 estaciones de FM". Fernando Mejía Barquera, "Administración del espectro radioeléctrico, en *Perfiles del cuadrante*, pp. 294-295. Posteriormente, las normas técnicas fueron reformadas en 1993 (año en que pasaron a llamarse "norma oficial mexicana") y en 2004, pero la disposición de establecer una separación de .8 mhz entre dos estaciones en operación permaneció vigente, si bien solo como "recomendación técnica" administrada por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes que, llegado el caso, tiene la facultad de autorizar, como habremos de ver enseguida, una separación menor entre dos emisoras contiguas en funcionamiento.

[34] Adicionalmente a las frecuencias de baja potencia permisionadas por la SCT han funcionado en el cuadrante del DF algunas emisoras, también de baja potencia, no autorizadas por esa dependencia gubernamental y que han sido instaladas por personas que decidieron transmitir libremente, sin permiso y sin cumplir con los requisitos impuestos por la ley de la materia. Son generalmente grupos cuya postura puede resumirse en una variación del lema de Emiliano Zapata "La tierra es de quien la trabaja", en este caso "La frecuencia es de quien la ocupa". Estos grupos han encontrado en la operación de frecuencias al margen de la ley un modo de expresión legítimo, si bien no "legal", de ahí que prefieran llamarse a sí mismos "alegales" y no "piratas" como les

Sin embargo, al comienzo del siglo XXI el cuadrante del Distrito Federal registró el ingreso de dos nuevas estaciones de cobertura amplia que se instalaron a contracorriente de las normas técnicas antes mencionadas, aunque con la autorización de la SCT. Una de ellas es XHIMR "Horizonte 108", que opera en los 107.9 mhz y está permisionada al Instituto Mexicano de la Radio, y la otra "Ibero 90.9 Radio" (90.9 mhz) que aumentó su potencia paulatinamente con autorización de la SCT hasta colocarse en el rango de emisora de cobertura amplia.

Hecha esta aclaración, pasemos al recuento de las emisoras de FM que operan en la Ciudad de México.

XHRED, 88.1 mhz: Esta frecuencia comenzó a operar en 1981 con el nombre de "Radio VIP" para sustituir a la estación que, con esa misma denominación, funcionó en los 1560 de AM hasta ese año. En marzo de 1994, la empresa Radio Programas de México, que en ese momento operaba la frecuencia de 88.1 mhz., decidió concluir el proyecto de Radio VIP e iniciar otro con el nombre de "Radio Red FM" basado en la difusión de "música moderna y juvenil en inglés", complementado con las tres ediciones diarias del noticiario "Monitor". En marzo de 1996, la emisora fue adquirida por el Grupo Radio Centro que decidió mantener inalterada la programación. En 2005, la frecuencia continuaba transmitiendo *pop* y rock en inglés junto con noticiarios (aunque ya no difundía "Monitor") y conservaba el nombre de "Radio Red FM", al cual había agregado, como lema, una frase pronunciada a veces en inglés y otras en español: "The magic touch" o "El toque mágico".

XHFM, 88.9 mhz: En abril de 1995, el grupo ARTSA (Agentes de Radio y Televisión, S.A.), encabezado por las señoras Adriana y Cecilia Díaz Romo, decidió arrendar al Grupo Acir las tres emisoras de FM que aquél operaba en el Distrito Federal: XHFM, 88.9 mhz; XHPOP, 99.3 mhz y XHDFM, 106.5 mhz. La primera de ellas tenía el nombre de "Azul 89" y difundía una programación basada en *soft*

---

dicen los industriales del ramo. Esta operación al margen de la ley constituye una forma de protesta contra la política gubernamental de no permitir que grupos sociales no ligados a empresas o de manera formal e institucional a universidades accedan a las frecuencias de radio. Entre las emisoras que han operado de esta forma "alegal" en la zona del Valle de México están "Radio Neza" (102.1 mhz) en el municipio de Netzahualcóyotl, Estado de México; "La Kehuelga" (91.7 mhz), operada por miembros de la Facultad de Ciencias de la UNAM; "Radio Zapote" (94.7 mhz) por miembros de a Escuela Nacional de Antropología e Historia; "La Voladora" en Amecameca, Estado de México; y "El H. Ruido" (102.1 mhz) en el poniente de la Ciudad de México.

rock y baladas en inglés. Durante el segundo lustro de los años noventa y el inicio del siglo XXI la frecuencia conservó el nombre y el tipo de programación. En noviembre de 2003, Acir retiró de los 88.9 mhz el nombre de “Azul 89” y la programación musical para sustituirlas por un proyecto de “radio hablada” denominado “88.9 Noticias, información que sirve”, especializado, como su nombre lo indica, en programas informativos.

XEOY FM, 89.7 mhz: Después de haber operado esta frecuencia durante 20 años (a partir de 1974) con el nombre de ”Estéreomil” y una programación a base de música clásica, el Núcleo Radio Mil decidió en julio de 1994 cambiar el perfil de la emisora: “Morena FM” fue el nuevo nombre que se asignó a la frecuencia y la “música ranchera” su nuevo tipo de programación. El 1 de febrero de 2000, “Morena FM” desapareció, la frecuencia llevó fugazmente la denominación de “FM Globo” y posteriormente, ese mismo año, fue rebautizada con el nombre “Oye 89.7 FM, siempre *hits*”, especializada en éxitos de “pop en español”.

XEDA FM, 90.5 mhz: Durante los años ochenta y principios de los noventa, esta frecuencia operó con el nombre de “Radio Imagen” y una programación de “música internacional”. En noviembre de 1992, el Grupo Imagen determinó cambiarle nombre y programación: pasó a llamarse ”Pulsar FM” y a difundir “música moderna y juvenil en español”. Al iniciar el siglo XXI, la frecuencia asumió el nombre de “Imagen” y adoptó una programación de “música moderna y juvenil en inglés”. En junio de 2003, el Grupo Imagen fue adquirido por el señor Olegario Vázquez Aldir, director general del Grupo Empresarial Ángeles, el cual posee hoteles y uno de los hospitales más grandes de México. En noviembre de 2003, “Radio Imagen” aumentó sustancialmente la cantidad de programas “hablados”, especialmente de noticias, hasta adoptar ese formato y tomar el nombre de “Imagen Informativa”.

XHUIA, 90.9 mhz: En julio de 1991, la Universidad Iberoamericana recibió por parte de la SCT un permiso para operar la frecuencia de 90.9 mhz en el Distrito Federal, con una potencia de 100 watts. Se trataba de un espacio ubicado entre “Radio Imagen” (90.5 mhz) y “Alfa Radio” (91.3 mhz). Era, por lo tanto, una estación de baja potencia, tanto por sus escasos 100 watts como por el hecho de

tener únicamente 0.4 mhz como espacio de separación con respecto de las emisoras adyacentes.

La estación de la Universidad Iberoamericana comenzó sus transmisiones en mayo de 1992 con un alcance muy limitado debido a su escasa potencia. Su cobertura se reducía al *campus* y algunas zonas aledañas. De ahí que funcionara principalmente como laboratorio para capacitar en materia de producción radiofónica a los estudiantes que cursaban la carrera de Ciencias de la Comunicación.

Sin embargo, con el fin de tener una emisora de mayor alcance territorial, la Iberoamericana efectuó pruebas para calcular a cuánto podría aumentar su potencia y, en consecuencia, su cobertura. Tras aproximadamente cinco años de gestiones ante la SCT recibió, en septiembre de 2001, la autorización para elevar su potencia de los raquíticos 100 watts con que había iniciado a 3 mil, con lo que alcanzó una potencia suficiente para cubrir el Valle de México. A partir de mayo de 2002, se iniciaron las pruebas para alcanzar la cobertura de toda el área metropolitana, objetivo que se logró a principios de 2003, fecha en que la estación empezó a escucharse en la zona de Parres, rumbo a Cuernavaca, y en la zona de Lindavista, al norte del Distrito Federal. La accidentada orografía del Valle de México le impedía, sin embargo, llegar con toda nitidez a algunas zonas, por ejemplo a la región oriente.

El 7 de marzo de 2003, el presidente Vicente Fox, ex alumno de la Iberoamericana, inauguró nuevas instalaciones de la emisora e hizo el “relanzamiento” formal de la estación en su etapa de emisora con potencia alta capaz de cubrir casi todo el Valle de México. A partir de esa fecha la estación abandonó la identificación de “Radio Ibero: 90.9”, como se le conoció en su época de estación de baja potencia, para llamarse “Ibero 90.9, Radio”. Programas “hablados” sobre ciencia y cultura, y una programación musical a base de rock, *jazz*, *world music*, *pop* y *lounge*, entre otras corrientes, constituyeron la oferta de la emisora.

XHFAJ, 91.3 mhz: En 1996, esta frecuencia pasó al control del Grupo Radio Centro como parte del paquete de emisoras vendidas a éste por Radio Programas

de México. Conservó su nombre de “Alfa Radio” y su programación de “música moderna juvenil en inglés”, aunque cambió de siglas: de XHRCA se convirtió en XHFAJ. Hasta 2003 la emisora llevó el nombre de “Alfa 91.3, it´s my life”, pero en 2004 hizo una nueva modificación y quedó como “Alfa Radio, *hits music station*”.

XHFO, 92.1 mhz: Conocida en los años sesenta y setenta como “Radio Triunfadora”, esta frecuencia pasó en 1979 a manos del Grupo Siete, propiedad de Francisco Sánchez Campuzano. De inmediato asumió el nombre de “Crystal FM”. En agosto de 1993, por un acuerdo entre el Grupo Siete y Radio Centro, el primero cedió a la empresa de la familia Aguirre la operación de la XHFO. Con este cambio surgió el proyecto “Sonido Z”, emisora especializada en “música grupera”, que posteriormente modificó su nombre a “La Z, salvajemente grupera”. En 1999, Radio Centro decidió hacer un enroque entre dos de las estaciones que operaba: “La Z” se trasladó a la frecuencia de 107.3 mhz, y “Radio Universal”, que ocupaba este canal, pasó a los 92.1 mhz, ubicación en la que penetró al siglo XXI. El convenio entre Radio Centro y Grupo Siete para la operación de esta frecuencia venció en 1998, pero fue renovado con una extensión hasta enero de 2005;[35] en ese mes, las partes acordaron que Radio Centro seguiría operando la frecuencia hasta 2009.[36]

XEQ FM, 92.9 mhz: Las primeras emisiones en esta frecuencia datan de principios de los años setenta. Inicialmente, al igual que otras estaciones de FM, transmitía simultáneamente con su “estación matriz” en AM, en este caso con la XEQ. Durante los ochenta operó en ella uno de los mejores proyectos musicales que se difundieron por este canal: “La Tropi Q”, especializada en “música tropical”. A mediados de los noventa, ante el éxito comercial de la “música grupera”, el consorcio Televisa decidió modificar la programación de esta frecuencia y creó “La Kebuena” concepto radiofónico basado precisamente en ese género.

XEJP FM, 93.7 mhz: Esta frecuencia es una de las más estables en la banda de FM. Desde su inicio de operaciones en 1973 ha mantenido inalteradas su sigla y su programación, dedicada a la balada y la “música romántica” en español. Sólo

---

[35] Grupo Radio Centro, *Informe Anual presentado a la Bolsa Mexicana de Valores*, México 2002, p.11.

[36] *Etcétera*, agosto de 2005, p. 7.

ha tenido una ligera variación en su nombre, inicialmente tuvo como denominación "Radio Joya", pero en los años ochenta cambió a "Stereo Joya". En el primer lustro del siglo XXI, la emisora transmitía "balada romántica" con el lema "La mejor música de los años 80, 90 y actual".

XHIMER, 94.5 mhz: Adscrita al Instituto Mexicano de la Radio (IMER), que obtuvo el permiso para operarla en 1984, esta frecuencia comenzó sus transmisiones en 1986 y desde entonces ha mantenido una programación especializada en "música clásica": Su primera transmisión fue un "control remoto" desde el Palacio de Bellas Artes para presentar la ópera "Carmen". Su nombre ha sido siempre "Opus 94".

XHSH, 95.3 mhz: En 1974, el Grupo Acir adquirió una participación accionaria en los derechos para operar esta frecuencia, la cual ya administraba desde unos años antes con el nombre de "Radio Amistad". A mediados de los ochenta, Acir tomó el control del 100 por ciento de las acciones y la frecuencia quedó integrada plenamente el consorcio de la familia Ibarra. Durante los años ochenta, la frecuencia llevó el nombre de "Stereo Amistad" y difundió "música internacional". Después, en el primer lustro de los noventa, cambió su nombre al de "Amistad 95.3" y optó por la "música moderna y juvenil en español". En la segunda mitad de esa década, la frecuencia transformó nuevamente su denominación y adoptó la de "Inolvidable, siempre junto a ti" con música moderna y balada en español. Al iniciar el siglo XXI, la frecuencia cambió otra vez de apelativo:"La nueva amor, 95.3 sólo música romántica" fue su nuevo nombre y la balada en español el género musical elegido para la programación.

XEUN FM, 96.1 mhz: La Universidad Nacional Autónoma de México inició la operación de esta frecuencia en 1961. Durante casi tres décadas funcionó como complemento para la frecuencia de AM (860 khz) y repetía la programación de ésta. A partir de 1988, ante el crecimiento de audiencia registrado en la banda de FM durante el segundo lustro de esa década, empezó a transmitir programación propia, basada, sin embargo, en los lineamientos señalados para Radio Universidad desde su inicio en los años treinta: amplios espacios para la "música clásica" e información sobre las actividades académicas de la UNAM.

XEW FM, 96.9 mhz: Desde el inicio de sus operaciones en los años setenta, esta frecuencia, adscrita al consorcio Televisa, optó por la “música moderna y juvenil en inglés” para nutrir su programación. Habitualmente conocida como “WFM”, la frecuencia llevó en los años ochenta y prácticamente durante toda la década de los noventa la identificación adicional de “Magia digital”. Entre 1999 y 2000 se llamó “W Radical, Radio Retrofutura”. A partir del 10 de noviembre de 2003, las dos frecuencias “W” (900 khz en AM y 96.9 mhz en FM) comenzaron a difundir en “combo”, es decir, simultáneamente la misma programación; de esta manera, el concepto musical que funcionó durante tres décadas desapareció para dar paso a una programación “hablada” a base de noticiarios, programas periodísticos y de revista o de espectáculos. Solamente en algunos horarios, la transmisión en “combo” se interrumpe para dar paso a ciertos programas pensados para públicos muy específicos identificadas ya sea con la banda de AM o la de FM. La música *pop* y el rock en inglés, que fueran durante muchos años sello distintivo de “WFM”, pasaron a ser programados en esta frecuencia solamente los fines de semana.

XERC FM, 97.7 mhz: Esta frecuencia, operada por el Grupo Radio Centro desde 1973, llevó inicialmente el nombre de “Radio Hits” y transmitió una programación basada en “música internacional”. En el primer lustro de los ochenta mantuvo programación y nombre, aunque aderezó éste con la frase “El gran sonido”. Para la segunda mitad de los ochenta, la frecuencia cambio su denominación a “Estéreo 97.7” y modificó también su programación hacia la “música moderna y juvenil en español”. Nombre y programación fueron mantenidos durante la década de los noventa y al inicio del siglo XXI con la única adición de una frase para identificar a la emisora: ”Estéreo 97.7, tú música”. En 2004 modificó nuevamente su frase distintiva: “97 Siete, la número uno en éxitos”.

XHDL, 98.5 mhz: El origen de esta frecuencia se remonta a 1963 cuando el Grupo Imagen, fundado por José Luis Fernández Soto, obtuvo la autorización para operarla. Sin embargo, el arranque de sus transmisiones se produjo hasta el comienzo de los años setenta. Inicialmente la frecuencia llevó la sigla XELA FM y al igual que la emisora de AM operada por el mismo grupo (también llamada

XELA) transmitía "música clásica". En realidad, las dos XELA difundían la misma programación en AM y FM, incluso compartían la frase de identificación: "Buena música en México". En 1981, la frecuencia asumió la denominación de "Stereo Classic" y, como lo indica ese nombre, basó su programación en "música clásica" con sonido estereofónico. Nombre y programación fueron mantenidas durante toda la década de los ochenta.

Al iniciarse la década de los noventa, la frecuencia cambio de perfil, sigla y nombre: XHDL, "Dial FM" con una programación de "música moderna y juvenil en inglés". En junio de 1992, cambió nuevamente de nombre pero no de programación: "Radioactivo, 98 y ½" fue la nueva denominación. Con este nombre o con el de "Radioactivo 98 punto 5" y con la "música moderna y juvenil en inglés" como base de su programación, la frecuencia recorrió la década de los noventa y llegó al inicio del siglo XXI.

Junto con otras emisoras, "Radioactivo 98.5" quedó involucrada en una alianza registrada en marzo de 1993 entre Frecuencia Modulada Mexicana (entidad adscrita a MVS Radio, de la familia Vargas) y el Grupo Imagen Comunicación, presidido por José Luis Fernández Herrera. De acuerdo con ese convenio las estaciones de ambos grupos en el Distrito Federal quedaban integradas para comercializar conjuntamente espacios publicitarios; dichas emisoras eran "Stereo Rey" y "FM Globo", por parte de Frecuencia Modulada Mexicana (MVS Radio), y "Pulsar FM", "Radioactivo 98.5" y XELA por parte de Grupo Imagen.[37] En noviembre de 1997, esta alianza se convirtió en fusión por acuerdo de ambos grupos, razón por la cual "Radioactivo" y las otras emisoras del Grupo Imagen pasaron a ser operadas por MVS Radio. Sin embargo, Imagen decidió disolver la fusión en agosto de 1999, lo cual dio lugar a un conflicto legal entre ambas empresas. En junio de 2003, el señor Olegario Vázquez Aldir, cabeza del Grupo Empresarial Ángeles, adquirió el Grupo Imagen.

[37] Véase Verónica Piña Jarillo "Fusiones en el cuadrante: estrategia comercial", en *El Nacional,* 25 de octubre de 1993, p. 17.

En mayo de 2004, “Radioactivo” desapareció del cuadrante para dejar paso a un proyecto de radio “hablada” e informativa llamado “Reporte 98.5”. De esta manera concluyó la existencia de una de las pocas emisoras de rock que, para ese año, aún operaban en México DF.

XHPOP, 99.3 mhz: Esta frecuencia fue una de las tres cuyos derechos de operación fueron adquiridos en 1995 por el Grupo Acir a la organización radiofónica ARTSA. Cuando salió al aire, en el primer lustro de los años sesenta, la frecuencia llevó la sigla de XEN FM y el nombre de “Radio Mundo FM”; la señora Guillermina P. de Del Conde aparecía como titular de la concesión igual que en el caso de la frecuencia de AM (690 khz) que también operó varios años con el nombre de “Radio Mundo”. XEN FM transmitió en esa década “música internacional”. En el primer lustro de los setenta, la emisora cambió de sigla y de nombre: XHPOP, “Stereo Pop, música feliz” fue su nueva denominación, misma que conservó toda esa década. También cambió de operador y quedó a cargo del grupo ARTSA; sin embargo, mantuvo su programación a base de “música internacional”.

En los años ochenta, la frecuencia tuvo dos periodos distintos, con programación diferente en cada uno, aunque con un solo nombre: “Sonido 99”. En el primer lustro privilegió la “balada en español” y en el segundo dio un giro hacia la “música moderna y juvenil en español”. En la década de los noventa adoptó un nuevo nombre que mantuvo aun en el inicio del siglo XXI: “Digital 99”. También conservó su programación basada en la “música moderna y juvenil en español”, aunque en los primeros años del nuevo siglo añadió una combinación de música *pop*, tanto en inglés como en español. En 2004 el nombre de la estación tuvo una ligera modificación: “Digital 99, sólo éxitos”.

XHMM, 100.1 mhz: Radio Maranatha fue el nombre con el que esta frecuencia apareció en el cuadrante de FM en el segundo lustro de los años sesenta. Su concesionaria era una empresa que tenia esa misma denominación. Difundía “música internacional” y tenía desde entonces la sigla que ha mantenido durante toda su trayectoria. En los años setenta, la empresa Sociedad Mexicana de Radio, S.A. (SOMER) asumió la operación de esta frecuencia que todavía durante la primera mitad de esa década conservó el nombre de “Radio Maranatha”. En julio de

1977, la frecuencia asumió el nombre de “Stereo Cien”. Durante esa década y el primer lustro de los ochenta continuó transmitiendo “música internacional”. Hacia 1986, cambió su programación a “música contemporánea en inglés” (*soft rock* y *pop*). En los años noventa mantuvo el mismo tipo de programación y el nombre, pero al final de la década añadió a éste un lema: “Stereo Cien, todo el tiempo contigo”.

En marzo de 1995, el Núcleo Radio Mil y “Stereo Cien”, con la anuencia de SOMER, firmaron un convenio de fusión. De esta manera, “Stereo Cien” pasó a formar parte de Radio Mil. Con la integración, el señor Edilberto Huesca Perrotín, propietario de “Stereo Cien”, quedó como accionista y director asociado de Radio Mil. Posteriormente, Huesca se convirtió en vicepresidente y director general de NRM Comunicaciones, nuevo nombre que asumió el Núcleo Radio Mil.

En el primer lustro del siglo XXI, la frecuencia conservó el nombre de “Stereo Cien”, peero con un nuevo lema: “Saber disfrutar”.

XHSON, 100.9 mhz: Esta frecuencia es una de las que más cambios ha tenido en el cuadrante de FM en la Ciudad de México. Desde el primer lustro de los sesenta ya aparecía entre las operadas por el Núcleo Radio Mil. En esa época llevaba la sigla XEOY FM y transmitía música clásica. En 1968 asumió el nombre de “La Chica Musical” y adoptó una programación de “música moderna y juvenil en español”. En 1969, Radio Mil permitió que un grupo de jóvenes rocanroleros encabezados por Armando Blanco, dueño de la tienda de discos Hip 70, se encargara de diseñar la programación de esa frecuencia; de octubre de ese año a abril de 1970, “La Chica Musical” difundió rock y música moderna de vanguardia. A partir de mayo de 1970 el contenido rocanrolero salió del aire y la frecuencia cambió su perfil hacia la “música ranchera”. En 1972 dio un nuevo giro y difundió “música romántica”. Después, durante 1973 y 1974, retomó el nombre de “Estereomil” y el concepto de “música clásica” que había tenido en su origen, pero en la segunda mitad de 1974 la programación de este tipo fue trasladada a otra frecuencia de Radio Mil, la de 89.7 mhz, también operada por el Núcleo Radio Mil.

Hacia 1975, la frecuencia cambió de sigla, nombre y programación. Se transformó en XHSON “Sono Mil 101”, con una programación de “música moderna y juvenil en español”. En 1978, comenzó a transmitir “música internacional” y en

1979 varió hacia la “música moderna y juvenil en inglés”. En junio de 1984 dio inicio en esa frecuencia el concepto radiofónico que más tiempo duró en ella: “Rock 101”. Con una buena programación de rock y *pop* en inglés que combinaba éxitos del *Hit Parade* estadounidense, rock vanguardista, algunos números de rock “clásico” de los cincuenta hasta los setenta, además de algunas canciones de rock en castellano (mexicano, argentino y español), esta emisora llenó durante 12 años un capítulo importante en la radio rocanrolera mexicana. En 1994 la frecuencia cambió su sigla a XHROK, para estar acorde con el tipo de programación musical que difundía. Sin embargo, en agosto de 1996, en medio de pugnas internas entre quienes dirigían la emisora,[38] “Rock 101” fue sustituida por “Código 100.9”, una emisora, especializada en “música juvenil en inglés”, pero en su variante de *dance* y *pop*. La sigla XHROK desapareció para dar paso a la que había sido habitual años antes: XHSON. En abril de 1999 “Código 100.9” desapareció y la frecuencia albergó un nuevo proyecto: “Sabrosita 100.9”, especializado en “música tropical”, que anteriormente había operado en los 590 khz de AM.

El 1 de octubre de 2004, “Sabrosita” dejó esta frecuencia para regresar a la de 590 en AM (en donde había operado de 1995 a 1999) y su lugar en FM fue ocupado por un nuevo concepto radiofónico especializado en *dance*, música electrónica, *high energy* y algo de *hip hop*: “Beat 100.9, total music, somos lo que te mueve”

XEX FM, 101.7 mhz: Peculiar en su desarrollo, esta frecuencia, operada por Televisa Radio desde los años setenta, ha tenido una sola sigla, ha cambiado sólo una vez de género musical en su programación, pero, en contraste, ha tenido muchos nombres. En el primer lustro de los setenta se llamó “Stereo 102, *full time in english*” y, como su nombre sugiere, transmitió una programación de “música moderna y juvenil” en ese idioma. En la segunda mitad de la década varió un poco su programación hacia la “música contemporánea”, también en inglés, y adoptó una larga frase como lema: “Lo más moderno de la música agradable y lo más agradable de la música moderna”.

---

[38] Una crónica amplia sobre el desarrollo de Rock 101 y en general de las emisoras del Núcleo Radio Mil puede verse en Sosa Plata y Esquivel, *op. cit*.

En los años ochenta optó por la música en español y tuvo dos nombres: en la primera mitad de la década fue “Radio Romántica” y transmitió “música moderna y juvenil en español” con acento en la balada, mientras que en el segundo lustro cambió su denominación a “Estelar FM, música para estar más cerca de ti” y se especializó en baladas. En la primera mitad de los noventa volvió al *pop* en español y modificó otra vez su nombre: “Yo 102” fue el nuevo apelativo. En el segundo lustro cambió a “Vox 101. 7, tocamos tu mente” e insistió en la transmisión de *pop* en español y baladas. Con esa denominación y ese tipo de programación ingresó al siglo XXI.

En 2004, ya operada por el grupo español Prisa (propietario del 50 por ciento de Televisa Radio desde octubre de 2001), la emisora añadió a su programación *hits* de *pop* en inglés que junto con los éxitos de *pop* en español característicos de la estación conformaron una programación del tipo *Top 40*, o sea canciones ocupantes de los primeros cuarenta lugares en las listas de popularidad en ambos idiomas. De ahí se derivó la nueva identificación de la emisora: “101 punto siete, los cuarenta principales”.

XHMVS, 102.5 mhz: El origen de esta frecuencia se remonta a 1967 cuando el señor Joaquín Vargas Gómez obtuvo la concesión para operarla. A principios de los setenta, Vargas Gómez fundó la empresa Frecuencia Modulada Mexicana para administrar sus negocios en la radio de FM.

Inicialmente, esta frecuencia llevó la sigla XHV (la “V” de Vargas, evidentemente) y el nombre de “Stereorey”. Al comenzar los años setenta añadió a su nombre un lema que conservaría por tres décadas y media: “Stereorey, la máxima dimensión en radio”. En sus inicios transmitió “música internacional”, igual que lo hicieron casi todas las emisoras en la banda de FM, y mantuvo ese género como parte de su programación durante la década.

En los años ochenta, sin cambiar sigla, nombre y lema dio un giro en su programación hacia la “música moderna y juvenil en inglés”. En el primer lustro de los noventa, la frecuencia cambió su sigla a XHMVS para estar acorde con las modificaciones que al interior de su grupo de negocios había hecho la familia Vargas, entre las cuales destaca la creación del consorcio MVS Comunicaciones

el cual cuenta con una división especializada en radio (MVS Radio) a la que Frecuencia Modulada Mexicana, operadora de la frecuencia, quedó adscrita. La "música moderna y juvenil en inglés" continuó como base de la programación durante esa década.

En 2002, la trayectoria de "Stereorey" llegó a su fin y la frecuencia adoptó un nuevo nombre: "Best FM", con un programación de música *soft* y *hits* de catálogo en inglés. Sin embargo, esta denominación sólo duró dos años, pues en marzo de 2004, el Grupo MVS entabló una alianza con la empresa Infored para que las tres ediciones del noticiario "Monitor", producido por ésta, se difundieran a través de los 102.5 mhz. De esta manera, la frecuencia adoptó el nombre de "Monitor MVS" y dejó el formato musical para adoptar el "hablado"; el Grupo MVS completó la oferta de programas "hablados" las 24 horas con algunas emisiones producidos por él para acompañar las tres ediciones de "Monitor".

En 2005, la frecuencia se identificaba como "Monitor MVS" sólo durante los horarios en que se difundían los noticiarios conducidos por José Gutiérrez Vivó y su equipo de informadores, mientras que en el tiempo restante lo hacía como "MVS 102.5".

XERF FM, 103.3 mhz: Operada por el Grupo Radio Fórmula desde los años setenta, esta frecuencia llevó inicialmente la sigla XERPM FM y difundió "música clásica". En los ochenta, sin modificar su sigla original, asumió el nombre de "Estéreo 103" y cambió su programación hacia la "música moderna y juvenil en inglés". Al comenzar la década de los noventa "Estéreo 103" cambió su programación a la "música de catálogo en español" y añadió a su nombre una frase de identificación: "Fórmula romántica". En 1994 dejó de transmitir música para convertirse en la primera emisora de "radio hablada" en Frecuencia Modulada dentro del Distrito Federal; debido a ello cambió su nombre a "Radio Fórmula FM 103" y su sigla a XERF FM. Al comenzar el siglo XXI, sin modificar su programación de "radio hablada", varió ligeramente su nombre a "Radio Fórmula 103 punto tres".

XEDF FM, 104.1 mhz: También operada por el Grupo Radio Fórmula, esta frecuencia se significó por ser la única que durante un periodo largo y estable –dos

décadas, de 1973 a 1992-- tuvo como base de su programación a la música de jazz. Su nombre en ese periodo fue precisamente “Jazz FM”. En 1992, Radio Fórmula decidió terminar con “Jazz FM” y entrar a la “onda grupera”, que entonces iniciaba su periodo de auge; de esta manera, la frecuencia se transformó en “Radio Uno”, especializada en “música grupera”. Con ese formato empezó a transmitir el 1 de septiembre de ese año. Al finalizar la década añadió a su nombre un lema: “Radio Uno, a toda máquina”, distintivo con el que ingresó al siglo XXI. En abril de 2004, la emisora dejo de ser “grupera” y de llamarse “Radio Uno” para convertirse en “hablada” con el nombre de “Radio Fórmula 104.1”.

XEXA, 104.9 mhz: La sigla con que originalmente se identificó a esta frecuencia fue XHRPM y estuvo operada en el segundo lustro de los años sesenta por Radio Programas de México. En noviembre de 1972, la empresa Frecuencia Modulada Mexicana (antecedente de MVS Radio), propiedad de Joaquín Vargas Gómez, adquirió los derechos para explotar la frecuencia. Así, surgió en los 104.9 mhz la emisora XHBST “Stereo Best, *music for the two of us*”, con una programación de “música internacional”. A mediados de los setenta, la frecuencia adoptó el nombre de “FM Globo”, pero no varió de sigla ni nombre. En la década de los ochenta optó por la balada en español como género musical base de su programación y alargó su nombre a “FM Globo Estéreo”. Durante los noventa, cambió su sigla a XHMRD, pero mantuvo su nombre (aderezado con el lema “Tú música hoy”) y transmitió una programación a base de *pop* y balada en español. Las casi tres décadas de “FM Globo” llegaron a su fin en 2002 cuando MVS Radio determinó colocar a esta frecuencia el nombre de “Exa FM”, emisora que mantuvo la programación a base de *pop* y balada en español.

XHOF, 105.7 mhz: El permiso para operar esta frecuencia fue otorgado al Departamento del Distrito Federal en 1969 con la sigla XEDO; sin embargo, inició sus operaciones hasta 1970, año en que asumió la sigla XHOF. Se le consideraba una emisora cultural y difundía una programación muy variada que combinaba rock, música *pop* en inglés y en español, *jazz* y música afroantillana con programas “hablados” sobre temas diversos y mensajes del Departamento del Distrito

Federal. La emisora llevaba el nombre de “Radio D” (es decir, “Radio Departamento”).

En marzo de 1983, la frecuencia fue transferida al Instituto Mexicano de la Radio (IMER) creado ese año por disposición presidencial. En julio de 1983 se le cambió el perfil programático por uno híbrido que combinaba 70 por ciento de "música moderna y juvenil en español" y 30 por ciento de "música moderna y juvenil en otros idiomas". A partir de octubre de 1983 asumió el nombre de “Estéreo Joven, la estación juvenil del Instituto Mexicano de la Radio”. Con el nuevo nombre, la emisora comenzó a programar rock internacional y mexicano. Durante nueve años, mantuvo esa programación y el nombre de “Estéreo Joven”.

A finales de 1992 el IMER decidió ceder en renta la operación de la frecuencia a la empresa Radio S.A., la cual le cambió nombre y programación. Durante el año de 1993, llevó el nombre de “Láser FM” y transmitió una programación de *pop* y baladas en español.

En 1994 el IMER retomó la operación de los 105.7 mhz. La programación de rock y *pop* internacional, tanto en inglés como en español (con acento en el rock mexicano), volvió a esta frecuencia, pero ya no retomó el nombre de “Estéreo Joven” que la distinguió casi una década. En su lugar se adoptó uno nuevo: “105.7, Conexión Acústica”. En agosto de 1995, la frecuencia volvió a modificar su nombre y pasó a llamarse “Orbita 105.7”. Conservó el fundamento de su programación, aunque aumentó considerablemente la transmisión de rock en español, especialmente mexicano. Con esas características ingresó al siglo XXI.

A partir del 12 de noviembre de 2004 se produjo un nuevo cambio de nombre en esta frecuencia debido a que el IMER contrató al equipo gerencial que había manejado la emisora “Radioactivo 98.5”, desaparecida en mayo de ese año, con la esperanza de que los radioescuchas que seguían a ésta empezaran a sintonizar los 105.7 mhz. Surgió así “Reactor 105” que siguió difundiendo rock en español, aunque en menor proporción que “Orbita 105.7” (donde era base de la programación), y aumentó el componente de música en inglés.

XHD FM, 106.5 mhz: El inicio de operaciones de esta frecuencia se ubica en el primer lustro de los años sesenta. Originalmente llevó la sigla XHMR y fue operada

por la empresa México Radio S.A. con el nombre de “Radio Caravana”. Su lema radiofónico era “Música para el ejecutivo moderno” y reflejaba la idea que en aquella época se tenía acerca de la banda de FM como un símbolo de “distinción” para quien la escuchaba; no cualquiera tenía acceso a la FM debido al escaso número de aparatos receptores existente.

A principios de la década de los setenta, la frecuencia pasó al control del grupo ARTSA que le cambió sigla, nombre y programación. Pasó a ser XHD “Fórmula Melódica”, especializada en “música romántica en español”, dirigida al “adulto joven”. Nombre y programación se mantuvieron durante toda esa década.

En los años ochenta la frecuencia registró más modificaciones, se especializó en el género de balada en español y cambió dos veces de nombre: en el primer lustro de la década adoptó el de “La nueva onda” y en el segundo cambió a “Estéreo amor”. Al iniciar la década de los noventa se produjo un cambio más de nombre, pero no de programación: “Amor 106” fue la denominación elegida para la frecuencia.

En 1995, el Grupo Acir adquirió los derechos para explotar esta frecuencia y eligió para ella nuevo nombre y una programación diferente: “Mix FM, la mezcla musical perfecta”, especializada en rock y *pop* de catálogo, principalmente de los años ochenta y principios de los noventa. Estas características se mantuvieron al iniciar el siglo XXI y durante su primer lustro. En 2004 el lema de la emisora cambió a “Mix 106 punto cinco, mucho ritmo”.

XEQR FM, 107.3 mhz: Durante 26 años, de 1973 a 1999, esta frecuencia, operada por el Grupo Radio Centro albergó a la estación “Radio Universal”, posteriormente llamada “Universal Estéreo”, especializada en *pop* y rock en inglés. Inicialmente, la emisora programó *hits* de los años sesenta y aun de los cincuenta, los cuales combinaba con los que iban surgiendo en la década de los setenta. En los años ochenta la programación estuvo basada en música de las tres décadas anteriores con un componente muy minoritario de *hits* contemporáneos. Se daba así un fenómeno peculiar en la radio mexicana, sólo vivido antes por la emisora Radio 620 de AM: el de una estación que iba envejeciendo junto con sus radioescuchas. Al comenzar los años noventa, personas que eran jóvenes en los años setenta y

habían empezado a escuchar "Radio Universal" en el primer lustro de esa década seguían fieles a la estación. Para ese momento, su programación ya se consideraba "del recuerdo", como rock y *pop* "de catálogo". En 1999, el Grupo Radio Centro determinó que "Universal Estéreo" hiciera un "enroque de frecuencias" con la emisora grupera "La Z". Desde entonces, "Universal" opera en los 92.1 mhz, mientras que "La Z" lo hace en los 107.3 donde se consolidó como la emisora más escuchada en el Distrito Federal a finales de los años noventa y el principio del siglo XXI.

XHIMR, 107.9 mhz: Ubicada al final de la banda de FM, esta frecuencia inició sus transmisiones en febrero de 2000 ante la protesta del Grupo Radio Centro debido a que no cumplía con el requisito de tener entre ella y la emisora más cercana 0.8 mhz. La estación contigua es "La Z", ubicada en los 107.3 mhz (a solo 0.6 mhz), por lo que, según Radio Centro, existía el riesgo de que provocara interferencia en ella. La SCT mostró técnicamente que "Horizonte 108" podía funcionar sin afectar a "La Z" y la protesta no prosperó. La posibilidad de operar la frecuencia de 107.9 mhz fue solicitada por el IMER en octubre de 1999 y en diciembre de ese año la SCT otorgó la autorización correspondiente.

"Horizonte 108", comenzó sus transmisiones con una potencia de 10 mil watts y un permiso con duración de cinco años. Su oferta incluyó programas "hablados" y amplios espacios musicales dedicados principalmente con *jazz*, pero también géneros como *bossa nova*, *blues*, *new age*, además de música escrita para cine y *world music*. Con "Horizonte 108", el *jazz*, principal componente musical de su programación, volvió al cuadrante radiofónico del Distrito Federal como una opción estable, algo que no ocurría desde 1992 cuando desapareció la emisora "Jazz FM".

7. 3. Concentración en el cuadrante

En el primer lustro del siglo XXI, tras ocho décadas de constantes cambios de frecuencia, dueños, siglas y programación, las emisoras de la Ciudad de México eran operadas por 19 entidades, de las cuales 16 eran grupos y empresas radiofónicos (entre ellos el IMER, dependiente del Estado), dos instituciones universitarias (la UNAM y la Universidad Iberoamericana) y una secretaría de

Estado (la de Educación Pública). De las 60 estaciones en operación, 43 pertenecían a seis grupos radiofónicos, que de esa manera concentraban el 71.6 por ciento del total. El cuadro 131 muestra la distribución del cuadrante radiofónico de México D.F. en 2005, donde sobresalen el Grupo Radio Centro, Grupo ACIR, el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), Televisa, Radio Mil y Radio Fórmula, como los grupos con mayor número de estaciones bajo su operación.

CUADRO 131. ENTIDADES QUE OPERAN ESTACIONES DE RADIO EN LA CIUDAD DE MÉXICO (2005)

ENTIDAD	ESTACIONES EN AM	ESTACIONES EN FM	TOTAL
Radio Centro	5	6	11
ACIR	3	4	7
IMER	4	3	7
Televisa	4	3	7
Radio Mil/SOMER	3	3	6
Radio Fórmula	3	2	5
Imagen	-	2	2
MVS	-	2	2
Grupo Monitor	2	-	2
UNAM	1	1	2
Radiodifusoras Capital	1	-	1
Grupo Siete	1	-	1
RASA	1	-	1
Radio 13	1	-	1
Radiorama	1	-	1
Radio Chapultepec	1	-	1
Radio ABC	1	-	1
Universidad Iberoamericana	-	1	1
Secretaría de Educación Pública	1	-	1
Total	33	27	60

Fuente: Elaboración del autor.

8. Consumo radiofónico

8.1. *Preferencias musicales*

A lo largo de estas páginas hemos revisado los géneros musicales que se han difundido en la radio mexicana y la elección que, en diferentes momentos, las emisoras han hecho de ellos para elaborar su programación; hemos visto también que el número de formatos musicales surgidos a partir de estos géneros es muy limitado, apenas llega a una decena. La radio comercial ha privilegiado esos géneros a través del tiempo y dejado, en consecuencia, muchos otros sin la posibilidad de ser

difundidos masivamente a través de ella. Los géneros que históricamente han tenido difusión en la radio comercial son: "balada en español", "música clásica", "música de catálogo en español", "*pop* y rock de catálogo en inglés", "música contemporánea en inglés", "música grupera", "música internacional", "música moderna y juvenil en español", "música moderna y juvenil en inglés", "música ranchera" y "música tropical". La conceptualización que hemos hecho de ellos se encuentra en la Introducción de este trabajo.

¿Cuáles son, entre los difundidos por la radio del Distrito Federal, los géneros musicales que captan mayores niveles de preferencia entre la población? Diversos estudios cuantitativos permiten aproximarse a una respuesta, al menos en lo que se refiere a la última década del siglo XX y el primer lustro del XXI..

Han existido varias formas de abordar el tema de las preferencias musicales entre los radioescuchas del Distrito Federal. Una es determinar cuáles son las estaciones más escuchadas y, a partir de ahí, inferir cuáles podrían ser esas preferencias. Al respecto, un estudio interesante es el elaborado por el Gabinete de Estudios de Opinión en 1992.[39]

Según esa investigación, los niveles de preferencia por banda de frecuencias en el DF durante 1992 fueron los siguientes: la banda de FM era favorita para el 48.2% de los radioescuchas, la de AM tenía 37.8% de preferencias, mientras que 7.5% de los consultados declaró no tener preferencia por ninguna de las dos y 6.5% declinó especificar alguna de las bandas como su predilecta. Aunque con cifras distintas en relación a otras fuentes citadas en este capítulo,[40] la investigación aquí mencionada confirma la supremacía de la banda de FM sobre la de AM, fenómeno que empezó a registrarse desde los años ochenta en la radio mexicana. Asimismo, proporciona información acerca de cuáles eran en 1992 las estaciones más escuchadas en el cuadrante del Valle de México, según se muestra en los cuadros 132 y 133:

---

[39] Véase Ricardo de la Peña y Rosario Toledo Laguardia, "Hábitos de consumo de radio en el Valle de México", en *Intermedios* no . 5, diciembre de 1992, pp. 70-79. De la Peña y Toledo dirigían la entidad especializada Gabinete de Estudios de Opinión.

[40] Véase el apartado "Los ochenta: la década estereofónica" en este mismo capítulo.

CUADRO 132. PREFERENCIAS RADIOFÓNICAS EN EL DF
(1992)
-- Banda de AM--

Estación	Frecuencia (khz)	Porcentaje	Formato
Radio Red	1110	7.9	Radio hablada
XEW	900	4.4	Radio hablada
XEX	730	2.9	Radio hablada
Radio Variedades	1150	2.9	Música moderna y juvenil en español
XEQ	940	2.2	Balada moderna en español
Radio Centro	1030	2.2	Música de catálogo en español
Radio Consentida	1560	2.1	Música ranchera
Radio Sinfonola	1410	1.6	Música ranchera
XEDF	970	1.5	Radio hablada
Radio 620	620	1.1	Música internacional
El Fonógrafo del Recuerdo	790	1.1	Música de catálogo en español
Radio Mil	1000	1.1	Música moderna y juvenil en español

Fuente: Elaborado con datos de Ricardo de la Peña y Rosario Toledo Laguardia, "Hábitos de consumo de radio en el Valle de México", en *Intermedios* no . 5, diciembre de 1992, pp. 73-76. Solo se incluyen las estaciones con porcentaje de al menos 1%.

CUADRO 133. PREFERENCIAS RADIOFÓNICAS EN EL DF
(1992)
--Banda de FM—

Estación	Frecuencia (mhz)	Porcentaje	Formato
Stereo 97.7	97.7	8.6	Música moderna y juvenil en español
Radio Universal	107.3	6.8	Pop y rock de catálogo en inglés
La Tropi Q	92.9	5.7	Música tropical
Radio Joya	93.7	5.4	Música de catálogo en español
Estéreo 102	101.7	3.4	Música moderna y juvenil en español
WFM	96.9	2.6	Música moderna y juvenil en inglés
Rock 101	100.9	2.5	Música moderna y juvenil en inglés
Estación Alfa	91.3	2.2	Música moderna y juvenil en inglés
Estéreo 103	103.3	2.2	Música de catálogo en español
Digital 99	99.3	1.4	Música moderna y juvenil en español
Stereorey	102.5	1.2	Música moderna y juvenil en inglés
Azul 89	88.9	1.0	Rock y balada de catálogo en inglés

Fuente: Elaborado con datos de Ricardo de la Peña y Rosario Toledo Laguardia, "Hábitos de consumo de radio en el Valle de México", en *Intermedios* no . 5, diciembre de 1992, pp. 73-76. Solo se incluyen las estaciones con porcentaje de al menos 1%.

Como puede verse en los cuadros 132 y 133, las estaciones que en 1992 ocupaban los cinco primeros lugares de preferencia eran, según esta encuesta, las siguientes: 1) "Stereo 97.7", del Grupo Radio Centro, especializada en "música moderna y juvenil en español", con 8.6%; 2) "Radio Red", emisora "hablada", entonces de Radio Programas de México, con 7.4%; 3) "Radio Universal", del Grupo Radio Centro, dedicada al *pop* y rock de catálogo en inglés, con 6.8%; 4) "La Tropi Q", del Grupo Radiópolis, estación de "música tropical", con 5.7%; 5) "Radio Joya", del Grupo Radio Centro, con "música de catálogo en español", que alcanzó el 5.4%.

La encuesta no incluyó la pregunta de cuál era la preferencia musical de los consultados al margen de sus inclinaciones radiofónicas; no obstante, si se aceptara como criterio para determinar los géneros musicales favoritos entre la población del DF el de que la elección de una estación implica que la música difundida por ella es también la predilecta de quien sintoniza una determinada frecuencia, se podría llegar a la conclusión de la “música moderna y juvenil en español” era hacia principios de los años noventa del siglo XX la que mayor público radiofónico atraía. Incluso, si las estaciones que aparecen dentro de los cuadros 132 y 133, se organizan por bloques de acuerdo al tipo de programación que difundían y se suman los porcentajes de las mismas, el género de “música moderna y juvenil en español” aparece también en primer lugar. Los resultados de este ejercicio, para los primeros cinco lugares, serían los siguientes: 1) “música moderna y juvenil en español”, 17.4%; 2) “radio hablada”, 16.7%; 3) “música de catálogo en español”, 10.9%; 4) “música moderna y juvenil en inglés”, 9.0%; 5) *pop* y rock de catálogo, 7.8%.

Otra entidad que ha realizado estudios para determinar los preferencias musicales de los radioescuchas del Distrito Federal es el diario *Reforma*, que a partir de 1995 realiza anualmente una encuesta titulada “Consumo cultural y medios en la Ciudad de México”. Uno de los temas a investigar en ellas es el “consumo radiofónico”.

Según la encuesta de *Reforma* correspondiente a 1998, el género preferido por la mayoría de la población del DF habría sido ese año la “balada en español”. El segundo sería el rock, con su variante “rock-*pop*”, luego la “música ranchera” y sucesivamente la “tropical”, la “música grupera”, el “bolero” y la “música clásica”. La pregunta hecha a los entrevistados fue “¿qué tipo de música le gusta escuchar por la radio?”.

CUADRO 134. GÉNERO MUSICALES PREFERIDOS POR LA POBLACIÓN DEL DISTRITO FEDERAL (1998)

Género	Preferencia (%)
Balada en español	23
Rock y rock- pop	12
Ranchero	12
Tropical (salsa y cumbia)	7
Grupero	7
Bolero	6
Música clásica	6

Fuente: Elaborado con base en los datos de la "Encuesta sobre consumo cultural y medios en la Ciudad de México" realizada por el diario Reforma, publicada el 10 de marzo de 1999.

Para 2003 y 2004, la encuesta de *Reforma*, indicó que la mayor parte de la población del DF habría tenido como género musical favorito a la balada en español, seguida por el rock en español, el bolero, el rock en inglés, la música ranchera, el *pop*, y la música clásica. La pregunta aplicada en la encuesta fue: "De la siguiente lista ¿qué tipo de música prefiere?".

CUADRO 135. GÉNEROS MUSICALES PREFERIDOS POR LA POBLACIÓN DEL DISTRITO FEDERAL (2003-2004)

Género musical	2003 (%)	2004 (%)
Balada en español	55	47
Rock en español	36	33
Boleros	31	19
Rock en inglés	30	27
Ranchera	30	26
Pop	30	21
Clásica	21	17

Fuente: *Reforma*, "Encuesta sobre consumo cultural y Medios", novena entrega, 31 de marzo de 2003, 2C, y décima entrega, 13 de mayo de 2004, p. 2C. La pregunta de la encuesta incluía varias opciones, por lo que los porcentajes no suman 100.

Otra información de interés que aportan las encuestas del diario *Reforma* se refiere a las estaciones preferidas por los radioescuchas. En este punto sucede un fenómeno curioso: la información que aparece en las encuestas en relación a las preferencias musicales expresadas por las personas entrevistadas, suele no coincidir con los resultados correspondientes a la estación con mayor audiencia. Por ejemplo, en 2003 (aunque en 2002 sucedió lo mismo) encontramos que el género musical marcado como favorito es la balada en español (véase el cuadro 135), pero la estación que ocupa el primer lugar en audiencia es "La Z" (107.3 FM), que transmite "música grupera" (véase el cuadro 136). Tampoco hay correspondencia entre el género que, según la encuesta, ocupa el segundo lugar

en preferencias, el “rock en español”, y la estación que obtuvo la segunda posición entre las más escuchadas, “Universal Stereo” que difunde “*pop* y rock de catálogo en inglés”.

Varias son las causas que podrían explicar esta falta de correspondencia. Es posible que algunas personas tengan como favorito un determinado género musical para oírlo en CD u otro soporte y uno diferente para escucharlo en radio, lo cual podría expresarse en respuestas aparentemente incongruentes al momento de responder una encuesta. Pero también podría ocurrir que los entrevistados mientan al contestar las preguntas de una encuesta y puedan declarar que les gusta la “música clásica” con el fin de “parecer cultos”, cuando en realidad les apasiona la balada, o responder que les gusta el rock, para verse muy “urbanos”, cuando la verdad es que prefieren la música ranchera o la “grupera”.

La extraña actitud que lleva a los entrevistados a “mentir” en una encuesta fue analizada por Pierre Bourdieu, aunque aplicada solamente al caso de quienes afirman que les gustan las grandes obras de la literatura, la pintura o de la ”música clásica” cuando en realidad las desconocen. Según Bourdieu, quien llama a esta actitud “la buena voluntad cultural”, algunas personas quieren parecer “cultas”, y participar de la “distinción” que ello otorga, al momento de responder las preguntas de una encuesta:

> Uno de los más seguros testimonios de reconocimiento de la legitimidad reside en la propensión de los más desposeídos a disimular su ignorancia o su indiferencia y a rendir homenaje a la legitimidad cultural de la que el encuestador, ante sus ojos, es depositario, eligiendo en su patrimonio lo que les parece más conforme con la definición legítima, por ejemplo, obras de la música denominada “ligera”, valses vieneses, el Bolero de Ravel o cualquier nombre considerado importante, pronunciado con mayor o menor timidez... Basta con relacionar las opiniones sobre la música con el conocimiento de las obras para ver que una buena parte (los dos tercios) de los que eligen la respuesta más “noble” (“me gusta toda la música de calidad”) tienen un escaso conocimiento de las obras musicales.[41]

La actitud de “pasar por cultos” que pueden asumir algunos entrevistados, podría explicar porqué, como se muestra en el cuadro 135, la “música clásica” presenta altos niveles de preferencia (21 por ciento en 2003 y 17 por ciento en 2004), mientras que en el cuadrante radiofónico el número de estaciones que la

[41] Pierre Bourdieu, *La distinción*, p. 321.

difunden va en descenso. Si realmente existiera una preferencia tan grande por tal género, ello tendría que expresarse en la presencia de esa música en el dial.

Sin embargo, no hay estudios que permitan explicar porqué se da la incongruencia entre preferencias musicales y estación más escuchada, en el caso de "géneros populares" como la "música grupera", la balada en español o el *pop* en español. Quizá, como se mencionó antes, una persona que habita en la Ciudad de México, a donde ha migrado desde la provincia, no se atreva a decir que le gusta lo "grupero" para no pasar por "vulgar" y declare, entonces, que le agradan géneros musicales que le darían un estatus más "urbano", como la balada o el *pop*, aunque al momento de responder sobre su estación favorita declare con sinceridad que es "La Z".

Se trata de un tema interesante acerca del cual las entidades que se dedican a levantar encuestas sobre consumo cultural no parecen haber puesto mucha atención.

El cuadro 136 muestra cuáles fueron las estaciones de radio más escuhadas en la Ciudad de México entre 1995 y 2003. Un punto que destaca en este cuadro es el notable crecimiento que registran las estaciones "gruperas", tres de las cuales --"La Z", "La Kebuena" y "Radio Uno", esta última desaparecida en 2004— permanecieron prácticamente una década entre las más escuchadas. Asimismo, llama la atención el caso de "La Z", que en la encuesta de 1995 aparecía en un lugar intermedio, pero que desde 1997 es, según los estudios de *Reforma*, la emisora con mayor audiencia en el DF. Caso contrario de "La Kebuena", señalada como la más escuchada en 1995 y con un claro descenso en los años subsecuentes hasta llegar a lugares intermedios.

CUADRO 136. RADIODIFUSORAS MÁS ESCUCHADAS EN EL DISTRITO FEDERAL (1995-2003)

Estación	Género	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002-03
La Z (107.3 FM)	Música grupera	4%	8%	13%	10%	9%	11%	12%	10%
Universal Stereo (92.1 FM)	Pop y rock de catálogo en inglés	5%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%
Radio Red (1110 AM)	Radio "hablada"	9%	12%	11%	8%	5%	8%	7%	9%
Stereo Joya (93.7 FM)	Balada en español	3%	7%	5%	8%	8%	7%	6%	5%
Radio Fórmula (970 AM)	Radio "hablada"	-	-	3%	1%	3%	5%	4%	5%
Amor (95.3 FM)	Balada en español	-	-	-	-	-	-	4%	3%
Stereo 97.7 (97.7 FM)	Música moderna y juvenil en español	6%	5%	5%	4%	5%	6%	3%	4%
Digital 99 (99.3 FM)	Música moderna y juvenil en español y en inglés	2%	-	1%	1%	1%	1%	3%	4%
Radio activo (98.5 FM)	Música moderna y juvenil en inglés	-	-	4%	1%	5%	3%	3%	3%
La Sabrosita (110.9 FM)	Música tropical	-	-	-	-	-	1%	3%	-
Alfa 91.3 (91.3 FM)	Música contemporánea en inglés	6%	9%	6%	4%	3%	4%	2%	3%
Radio Uno (104.1 FM)	Música grupera	5%	1%	2%	3%	2%	5%	2%	-
El Fonógrafo (1150 AM)	Música de catálogo en español	4%	2%	1%	5%	4%	4%	2%	-
EXA FM 8104.9 FM)	Música moderna y balada en español	-	-	-	-	-	3%	2%	2%
Mix FM (106.5 FM)	Pop y rock de catálogo en inglés	-	-	-	-	-	-	-	4%
Orbita FM (105.7 FM)	Rock en español y en inglés	-	-	-	1%	4%	4%	2%	4%
Radio Sinfonola (1410 AM)	Música ranchera	-	-	-	-	-	1%	2%	-
La Kebuena (92.9 FM)	Música grupera	13%	6%	6%	8%	4%	5%	2%	5%

Fuente: Elaborado con base en las encuestas anuales de *Reforma*, especialmente en las publicada el 12 de abril de 2002 y el 31 de marzo de 2003. La columna relativa a géneros musicales y los datos sobre frecuencia y banda de transmisión fueron añadidos por el autor de este trabajo a manera de complemento.

Finalmente, otra forma de acercarse al tema de las preferencias musicales en la radio es la que llevan a cabo las empresas especializadas en elaborar estudios de audiencia o mediciones de *rating*, los cuales son vendidos a las radiodifusoras y suelen ser empleados por éstas para tomar decisiones con respecto a su

programación. En este tipo de investigaciones se trata de establecer qué tipo de formato prefieren los radioescuchas. No se aplica la pregunta de "¿qué música prefiere?", sino "¿qué estación está escuchando?" y de la respuesta se elabora una clasificación porcentual a partir del formato que manejan las emisoras de la localidad donde se aplica el estudio. Veamos como ejemplo el "*Rating* por formatos radiofónicos" elaborado en el primer trimestre de 2003 por la empresa INRA (International Research Associates).

CUADRO 137. *RATING* POR FORMATOS RADIOFÓNICOS (2003)

Formato	Preferencia (%)
Moderna en español	19
Noticiarios	19
Música grupera	16
Español balada	13
Inglés catálogo	9
Inglés moderno	7
Estaciones habladas	6
Música tropical/salsa	4
Música ranchera	3
Español catálogo	3
Música clásica	1
Música internacional	0

Fuente: INRA, Información proporcionada por la Asociación de Radiodifusores del Vale de México (ARVM).

Este tipo de medición considera que el *rating* conseguido por cada formato o tipo de programación muestra las preferencias musicales de la población donde se lleva a cabo la investigación. De acuerdo con esto, tendríamos, según el estudio de INRA, que la del DF se inclina mayoritariamente hacia la música moderna en español, la música grupera, la balada en español, la música de catálogo en inglés y la moderna en inglés, para citar solamente a los primeros cinco lugares del estudio.

8.2. *Idiomas musicales*

Como se ve, todos estos estudios son coincidentes en un dato que parece incontrovertible: señalan como los géneros musicales preferidos o más escuchados en la capital del país durante los años noventa y el principio del siglo XXI a la "música moderna en español" (que aquí hemos llamado "música moderna y juvenil en español"), es decir lo que actualmente se conoce como "*pop* en español", y a la balada en español.

Pero la preferencia mayoritaria por esos géneros no es exclusiva de la Ciudad de México, sino que se extiende, en términos generales, a todo el país. Así lo indica la Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales, patrocinada por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) y publicada en junio de 2005.[42] Según ese estudio, el 78.9 por ciento de los mexicanos prefiere oír música en español, 6.8 la prefiere en otro idioma y al 14.1 "le da igual". Del 7.8 por ciento que prefiere música en español, el 50 por ciento señala como sus géneros favoritos a la "balada romántica" y el *pop*.

CUADRO 138. PREFERENCIAS POR GÉNERO MUSICAL EN LA REPUBLICA MEXICANA (2005)

Género musical	Porcentaje de preferencia
Balada romántica/pop	50.0
Grupera	35.6
Ranchera	33.6
Rock en español	22.1
Tropical/salsa	19.7
Boleros	19.5
Rock en inglés	15.7
Clásica	12.6
Tradicional mexicana	8.6
Tecno/electrónica	8.2
Religiosa	3.9

Fuente: *Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales*, publicada en Consulta Mitofsky, Boletín Semanal de Consulta, no. 126, 21 de junio de 2005. Los porcentajes Los porcentajes están calculados sobre el 78.9% que prefiere la música en español. Respuesta múltiple, no suma 100%.

Otros datos importantes que aporta esta encuesta en relación a la preferencia por la música en español en la república mexicana son los siguientes:

a) "La preferencia (por la música en idioma español) es mayor entre las mujeres (84.5 por ciento) que entre los hombres (73.2)".

---

[42] *Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales*, publicada en Consulta Mitofsky, Boletín Semanal de Consulta, no. 126, 21 de junio de 2005, disponible en www.consulta.com.mx. La encuesta fue realizada por la Unidad de Estudios sobre la Opinión, del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, por encargo del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

b) “Conforme aumenta la edad crece la preferencia por la música en español y disminuye tanto la proporción de quienes prefieren otro idioma como la quienes no tienen preferencia”

c) “La preferencia por la música en español disminuye con el nivel de escolaridad, al mismo tiempo que crecen la preferencia por la música en otro idioma y la proporción de quienes no expresan preferencia”.[43] Así se aprecia en el cuadro 139:

CUADRO 139. PREFERENCIAS MUSICALES EN ESPAÑOL U OTRO IDIOMA EN LA REPUBLICA MEXICANA PERFIL SOCIODEMOGRAFICO (2005)

	En español (%)	En otro idioma (%)	Me da iguaL (%)l
Nacional	78.9	6.8	14.1
Hombre	73.2	9.5	17.2
Mujer	84.5	4.3	11.2
15 a 17 años	61.0	17.6	21.5
18 a 22 años	69.4	10.0	20.5
23 a 30 años	74.6	8.4	17.1
31 a 45 años	85.3	3.5	11.0
46 a 55 años	92.8	2.0	5.2
56 años o más	92.7	0.0	6.8
Sin escolaridad	97.5	0.0	2.5
Primaria	93.2	1.0	5.5
Secundaria	80.1	6.9	12.8
Preparatoria	75.2	8.5	16.3
Universidad o más	63.2	11.7	25.1
0 a 1 sem.	85.1	3.9	10.7
1 a 3 sem.	85.9	3.8	10.2
3 a 5 sem.	76.0	7.5	16.4
5 a 7 sem.	66.9	11.5	21.6
7 a 10 sem.	67.0	10.1	23.0
Más de 10 sem.	60.0	21.1	18.9
Trabaja	78.2	6.3	14.4
No trabaja	83.2	9.3	7.5
Ama de casa	90.5	1.1	8.2
Estudiante	61.1	16.3	22.5

Fuente: *Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales*, publicada en Consulta Mitofsky, Boletín Semanal de Consulta, no. 126, 21 de junio de 2005,Capítulo III, “Exposición a Medios Audiovisuales”, p. 123. Los porcentajes están calculados sobre el 78.9% que prefiere la música en español.

[43] *Ibid*. Capítulo III, “Exposición a Medios Audiovisuales”, p. 123.

Por último, un dato que también resulta de interés, aportado por esta encuesta, es que de las tres principales ciudades del país, Guadalajara es la que muestra mayor preferencia por la música en español, por encima de México DF y Monterrey. Véase el cuadro 140:

CUADRO 140. PREFERENCIA MUSICAL EN ESPAÑOL U OTRO IDIOMA EN LAS CIUDADES DE MÉXICO DF, GUADALAJARA Y MONTERREY (2005)

	En español	En otro idioma	Me da igual
Nacional	78.9	6.8	14.1
México DF	72.8	14.5	12.7
Guadalajara	85.1	3.1	11.8
Monterrey	69.0	18.6	10.5

Fuente: Fuente: *Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales*, publicada en Consulta Mitofsky, *Boletín Semanal de Consulta*, no. 126, 21 de junio de 2005, "Exposición a Medios Audiovisuales", p. 124. Los porcentajes están calculados sobre el 78.9% que prefiere la música en español en la república.

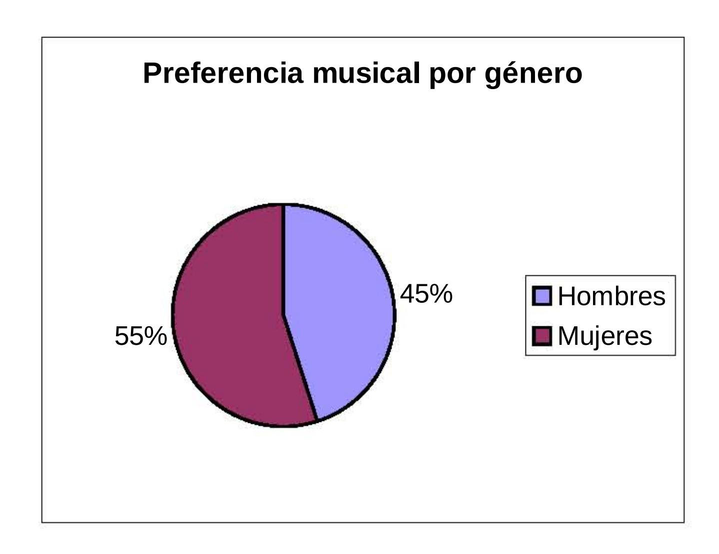
8.3. *Música, edad y sexo*

Otro aspecto interesante en el consumo radiofónico en la Ciudad de México es el relativo a las características de edad, sexo y condición socioeconómica que tienen las personas aficionadas a escuchar los distintos tipos de programación musical. La empresa INRA efectúa de manera permanente dos tipos de mediciones, unas de carácter general y otras de carácter específico. Las primeras arrojan resultados globales sobre las características de la audiencia que escucha música por radio, y las segundas sobre el público particular que tiene cada tipo de programación musical.

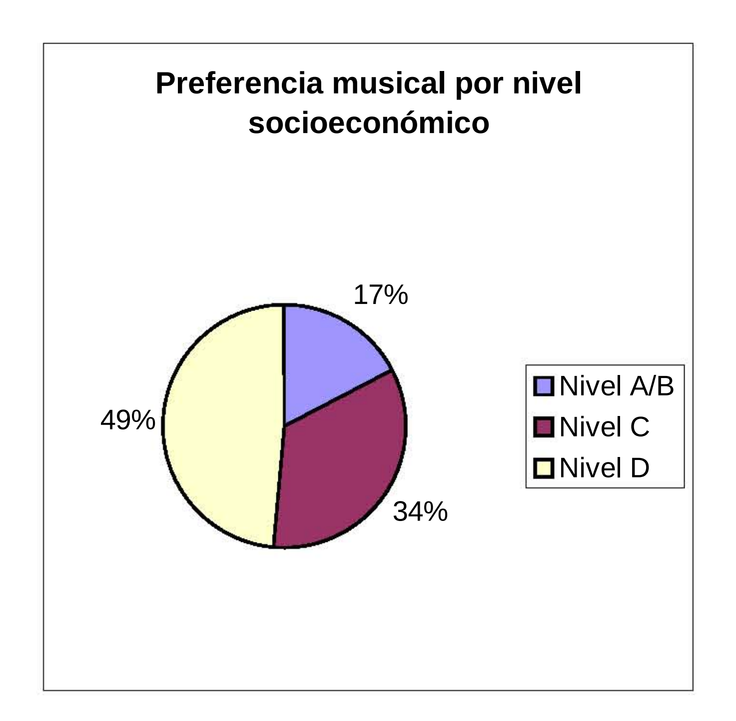
Según el "Mediómetro INRA" correspondiente a julio de 2004,[44] el auditorio que prefiere la radio musical en la Ciudad de México está integrado fundamentalmente por mujeres (55%):

---

[44] *Mediómetro INRA,* julio de 2004, publicado por la Asociación de Radiodifusores del Valle de México en www.arvm.com.mx, sección "En Frecuencia", no. 14, septiembre de 2004.

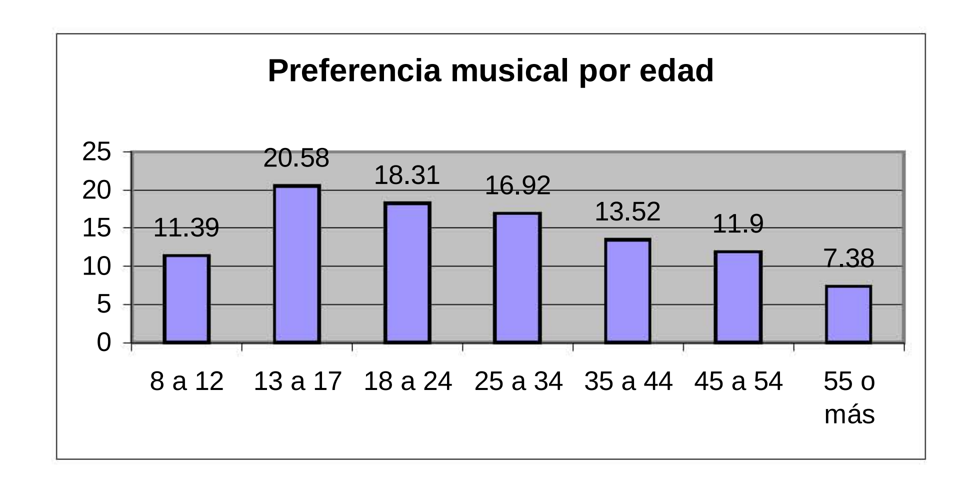


Asimismo, la mayor parte de quienes prefieren la radio musical corresponden al "nivel socioeconómico D", o sea el de menores recursos económicos:



En cuanto a la edad de la audiencia que prefiere oír música en la radio, el estudio de INRA señala que "la tendencia a escuchar radio musical va disminuyendo conforme aumenta la edad de la audiencia... El sector adulto de la población busca otro tipo de contenidos en la radio, que encuentra en estaciones

habladas e informativas."[45] El segmento de la audiencia que va de los 13 a los 17 años es el que concentra el mayor número de escuchas de radio musical, le sigue el de 18 a 24 años y después se inicia un descenso en esa afición conforma mayor es la edad de los radioescuchas:



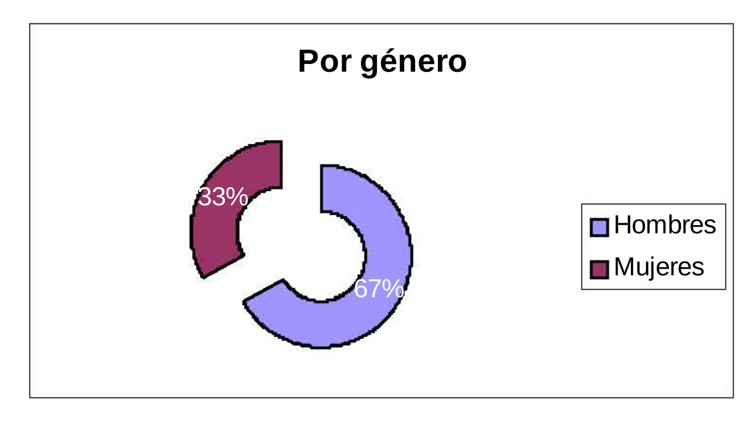
Por lo que se refiere a las preferencias musicales, en México D.F., el "Mediómetro INRA", señala: "De todos los formatos musicales, las baladas en español continúan siendo el género preferido por los radioescuchas".[46]

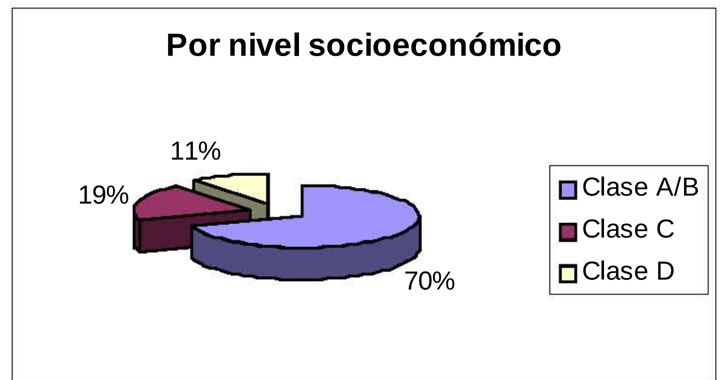
8.4. *Preferencias por género musical*

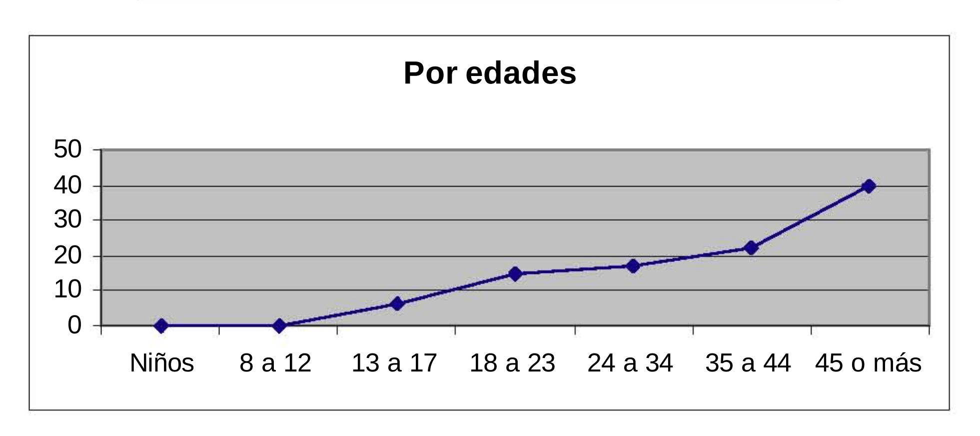
Finalmente, un estudio realizado por INRA en el primer semestre de 2004 arrojó los siguientes resultados en relación al consumo de la radio de acuerdo a los distintos géneros musicales.[47] Los tipos de programación musical que INRA consideró fueron: "música clásica", "balada en español", "de catálogo en español", "español moderna", "música grupera", "inglés de catálogo", "inglés moderna", "internacional", "música ranchera" y "tropical".

[45] *Ibidem*.
[46] *Ibidem*.
[47] El estudio fue publicado por la Asociación de Radiodifusores del Valle de México en www.arvm.com.mx

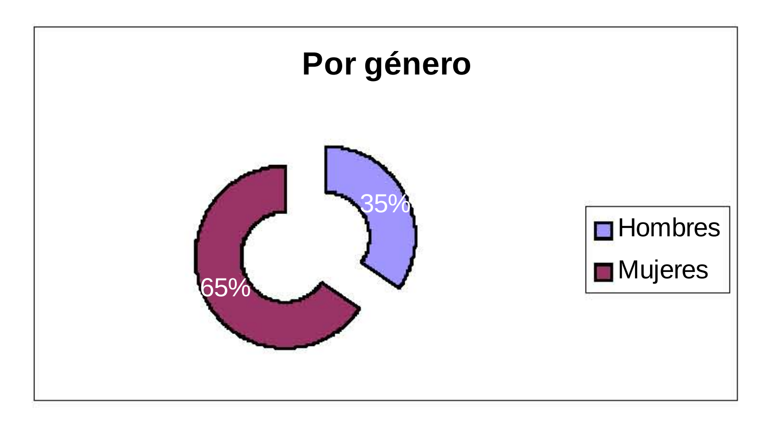
a) <u>Música clásica</u>: En 2004 la única emisora de música clásica era “Opus 94” (94.5 de FM). Según la empresa INRA este tipo de programación suele ser escuchado más por hombres (66.7%) que por mujeres. Entre los radioescuchas aficionados a la “música clásica” predomina como rango de edad el de mayores de 45 años y su audiencia mayoritaria (70%) está integrada por personas de la “clase A/B”, es decir la de mayores recursos económicos.

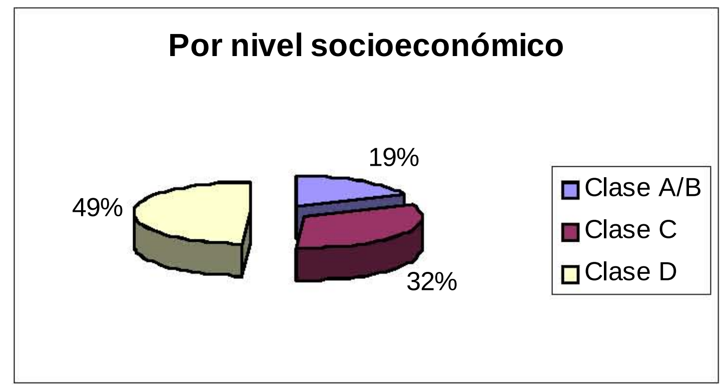


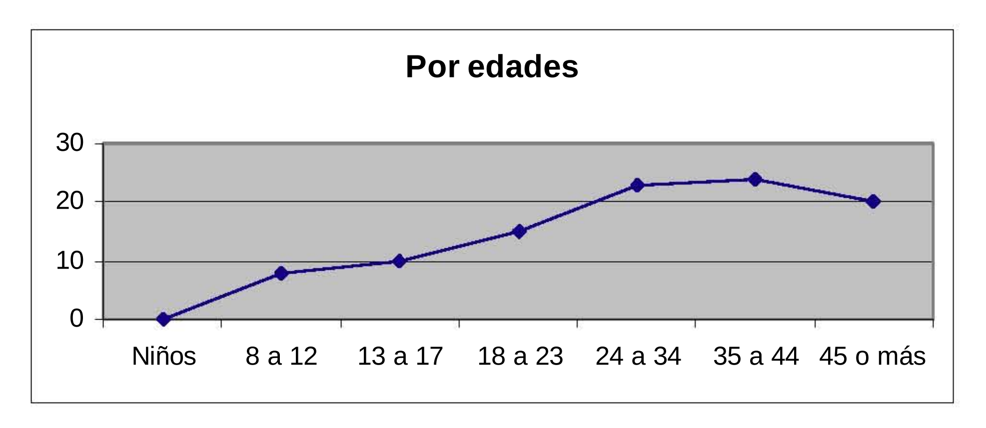




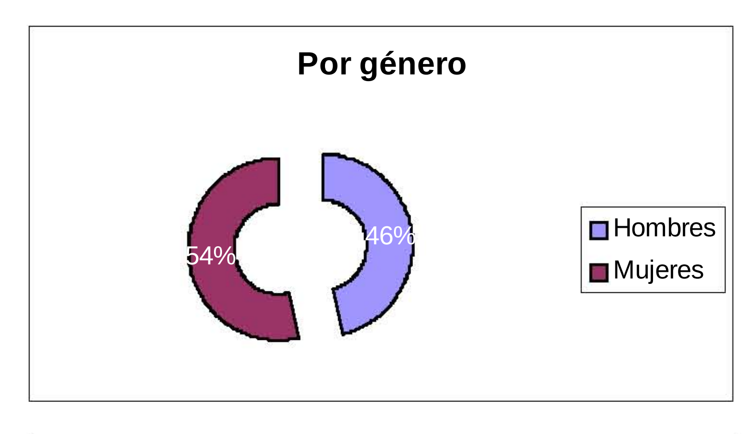
b) <u>Balada en español</u>: En esta categoría, INRA consideró a “Tuya 590” (590 de AM, que desapareció en octubre de 2004), “Bésame” (940 de AM), Stereo Joya (93.7 de FM) y “La nueva amor” (95.3 FM). Es un género preferido por “jóvenes maduros” y “maduros jóvenes”. La mayor parte de su audiencia se ubica entre los 35 y 44 años, seguida por el rango ubicado entre los 24 y 34 años. Tiene más seguidores entre las mujeres (65.3%) y la mayoría de su audiencia (49%) se localiza en la “clase D”, la de menores recursos económicos.

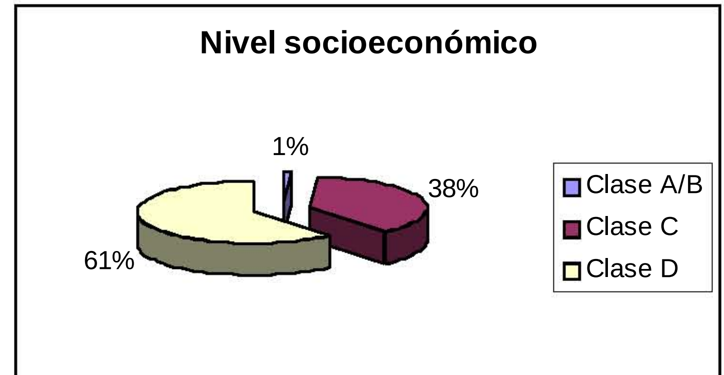


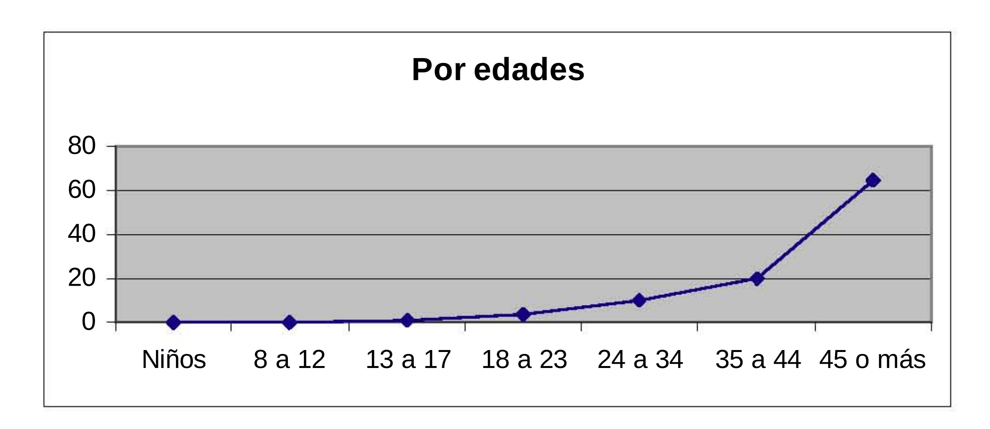




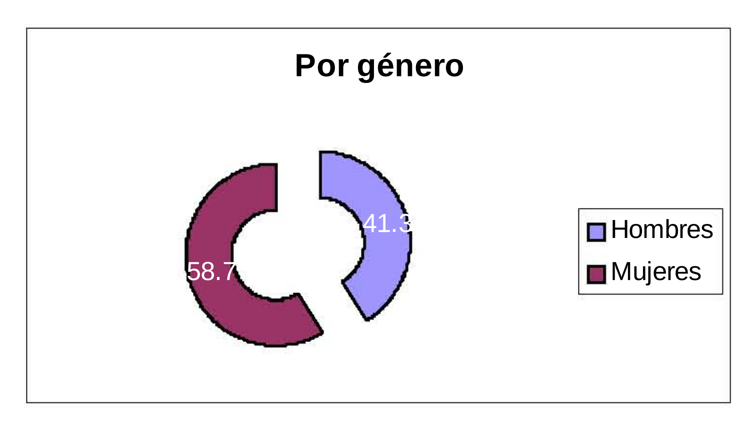
c) De catálogo en español: Las estaciones consideradas por INRA en este género son “El Fonógrafo” (1150 de AM) y “Radio Felicidad” (1180 de AM). Este tipo de programación es preferido por mujeres (53.6%) y por adultos mayores de 45 años, que constituyen más del 60% de su audiencia. La mayoría de sus radioescuchas (61%) se localiza en la “clase D”, la de menores recursos económicos.

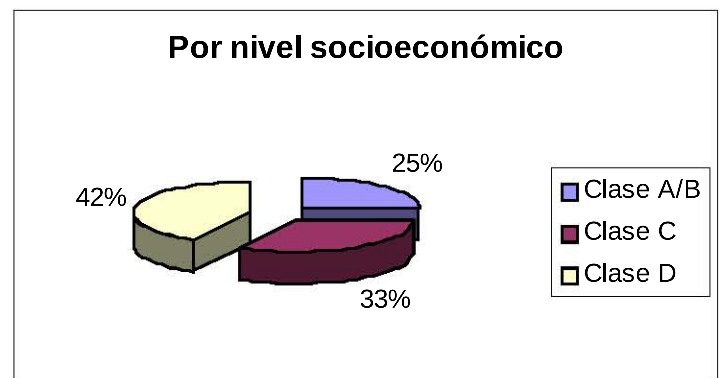


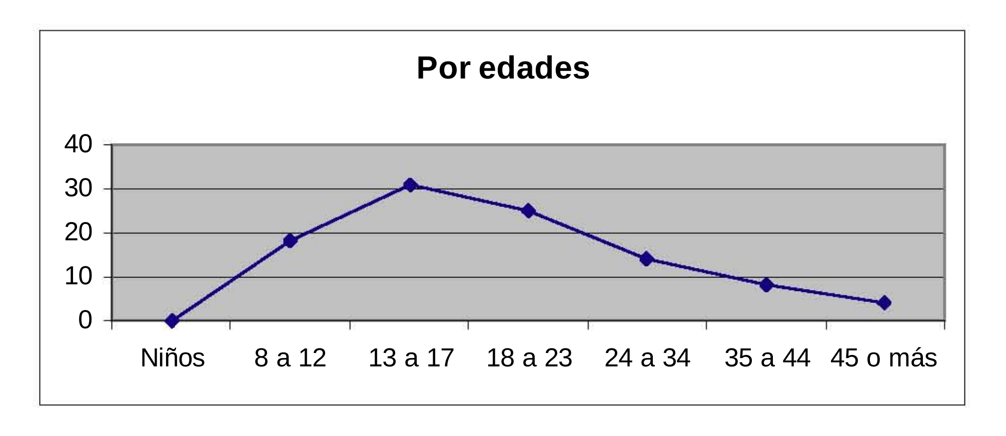




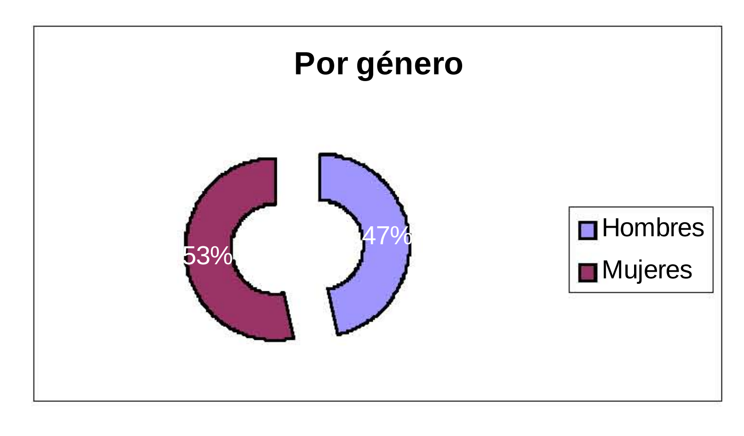
d) <u>Español moderna</u>: INRA incluye aquí a “Vox FM” (101.7 de FM), “Exa FM (104.9 de FM), “Orbita FM” (105.7 de FM), “Oye 89.7” (89.7 de FM), “Stereo 97.7” (97.7 de FM) y “Digital 99” (99.3 de FM). Es un tipo de programación con mayoría de público femenino (58.7%) y que escuchan principalmente personas de la clase socioeconómica “D” (la de menos recursos económicos). Su punto máximo de audiencia se localiza entre los adolescentes de 13 a 17 años, pero también alcanza altos niveles entre los jóvenes de 18 a 24 y entre los niños menores de 12 años.

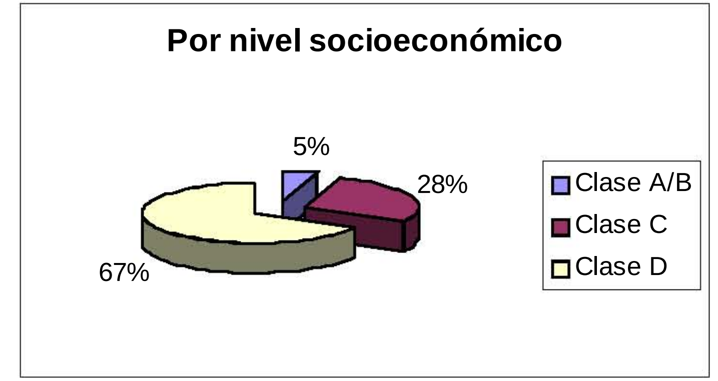


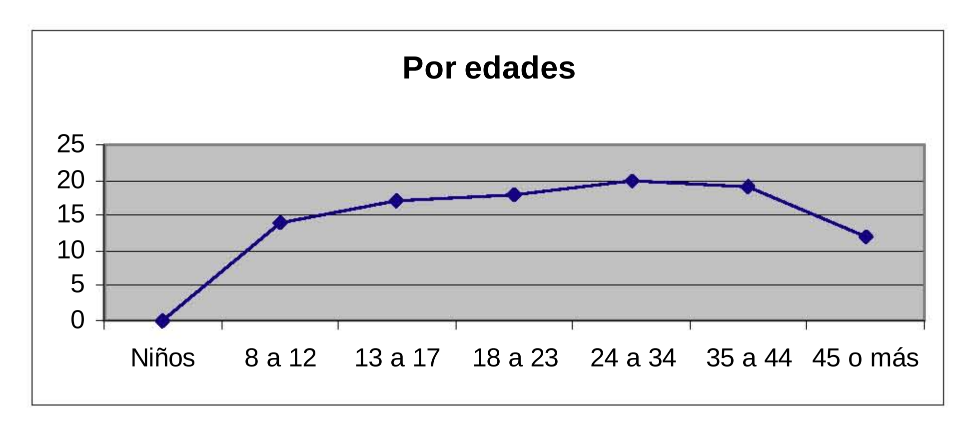




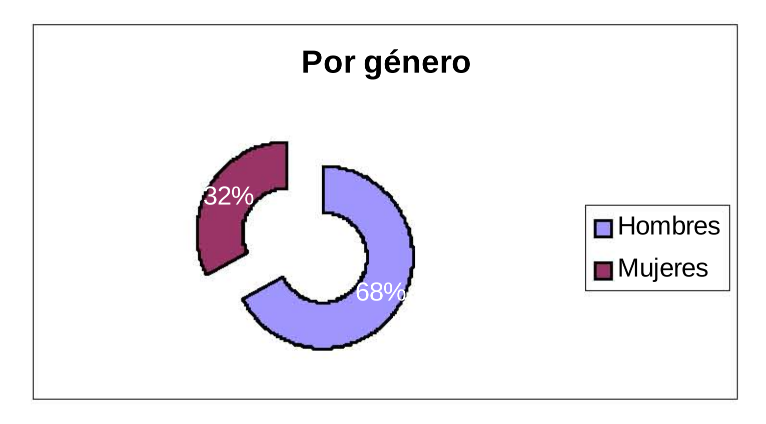
e) Música grupera: Las emisoras gruperas dentro del cuadrante en 2004 eran "La Z" (107.3 FM) y "La Kebuena" (92.9 de FM). Su audiencia es caracterizada por los radiodifusores como "popular": el 67% de su público se localiza en la clase socioeconómica "D", la de menores recursos. Es un tipo de programación que siguen mayoritariamente mujeres (53.3%) y "adultos jóvenes" o "maduros jóvenes"; en el rango de 24 a 34 años se localiza el mayor nivel de audiencia, seguido por el de 35 a 44 años. Sin embargo, tiene también aceptación entre niños mayores de ocho años, adolescentes y personas mayores de 45 años.

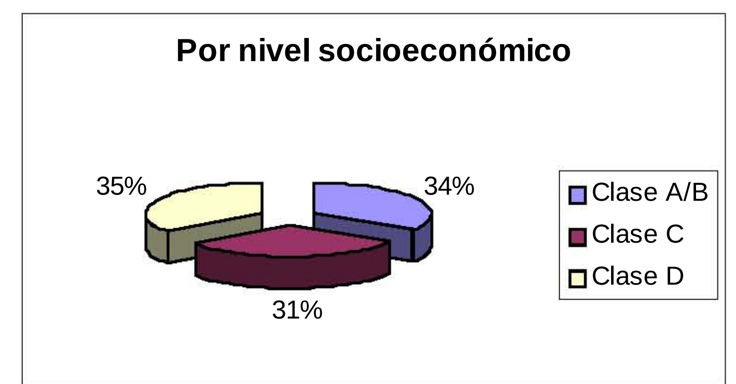


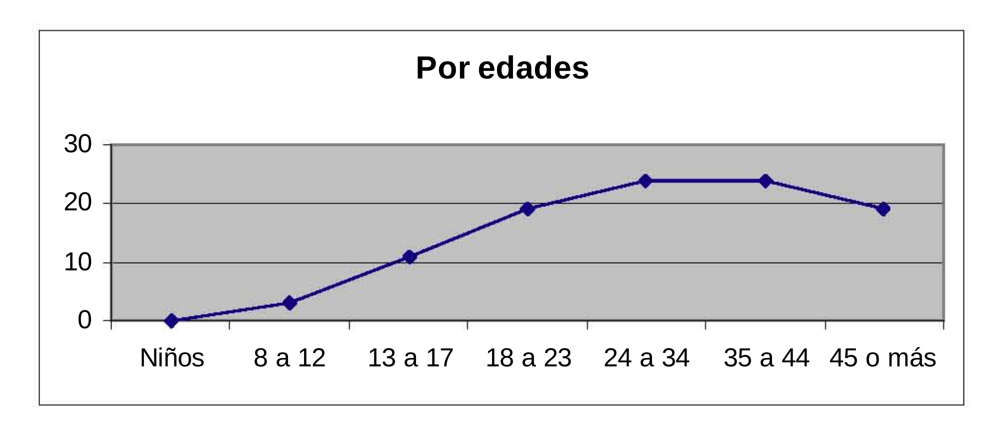




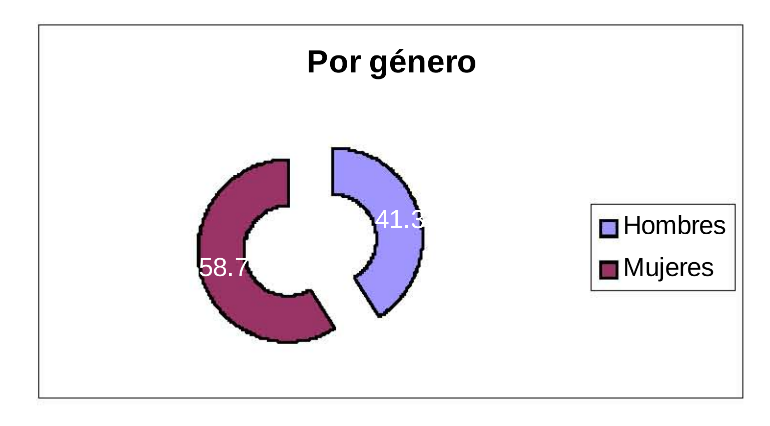
f) Inglés de catálogo: “Mix FM” (106.5 de FM) y “Universal Stereo” (92.1 de FM) fueron las emisoras colocadas por INRA en esta categoría durante 2004. Su audiencia está formada mayoritariamente por hombres (67.6%). A pesar de que difunde música que estuvo de moda décadas atrás lo prefieren jóvenes de 24 a 34 años –ya nostálgicos de la música que escuchaban en la adolescencia, o de la que oían sus padres cuando ellos eran niños— y después por adultos de 35 o más años. La audiencia se distribuye de manera equilibrada en cuanto al nivel socioeconómico: 35% pertenece al de menores recursos, 34% al de mayores y 31% al de recursos medios.

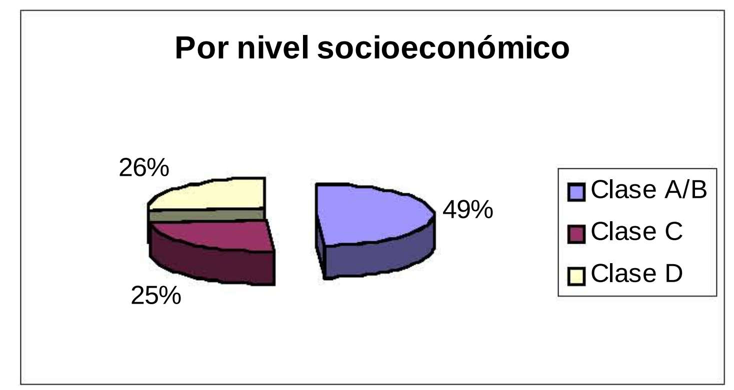


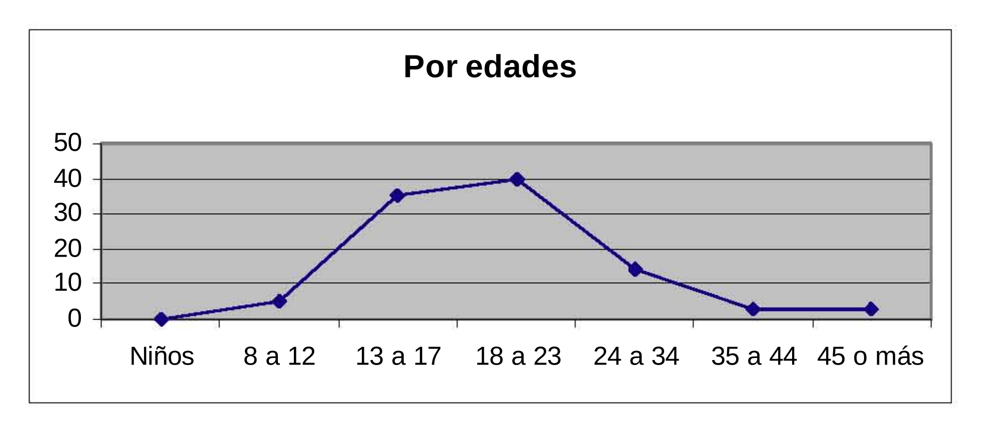




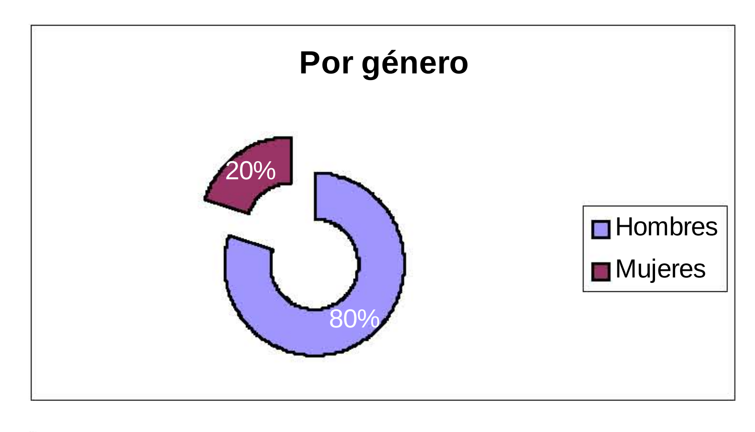
g) Inglés moderna: La radiodifusora "Alfa Radio" (91.3 de FM) es la única que en el registro de INRA para 2004 permanecía como difusora de "música moderna en inglés". La audiencia de este tipo de programación es mayoritariamente de hombres (67.4%). En cuanto al nivel socioeconómico de sus radioescuchas, es el tipo de programación musical que tiene la audiencia con mayores recursos: 49% de ella pertenece a la "clase A/B". Es, asimismo, un tipo de programación "juvenil", su mayor nivel de audiencia se ubica entre los 18 a 23 años.

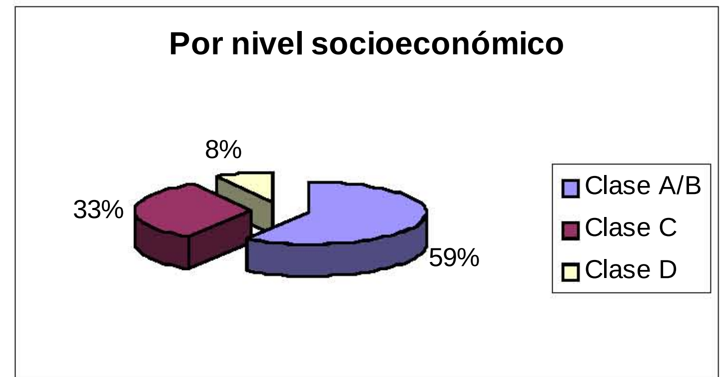


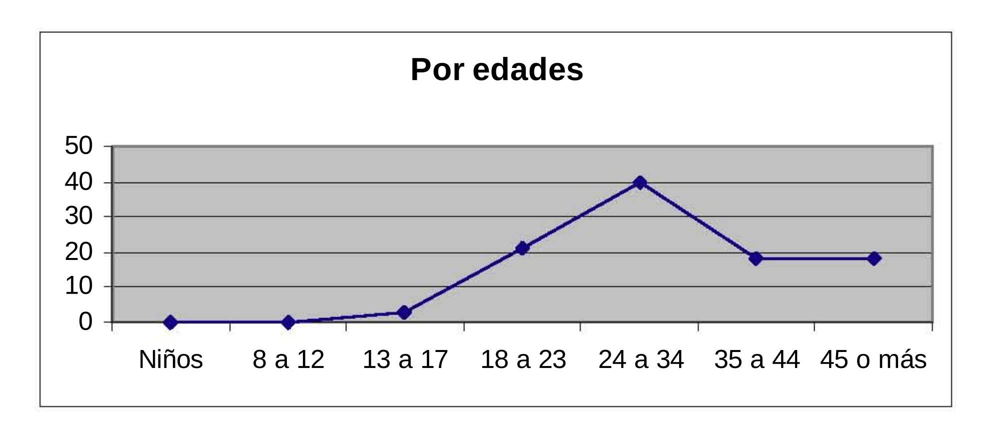




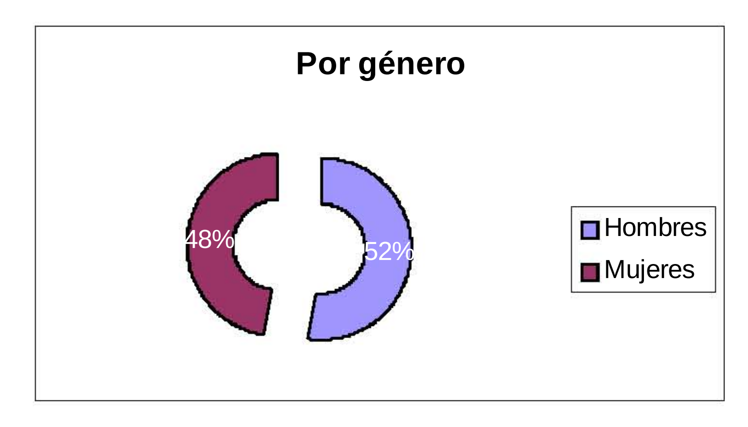
h) <u>Internacional</u>: INRA coloca solamente una emisora en esta categoría: “Horizonte 108” (107.9 de FM). Es un tipo de programación preferido fundamentalmente por hombres (80%) y por adultos jóvenes (el 40% de sus escuchas se ubica en el rango de 24 a 34 años). Al igual que el género anterior, encuentra la mayor parte de su audiencia (59%) entre la clase de mayores recursos económicos.

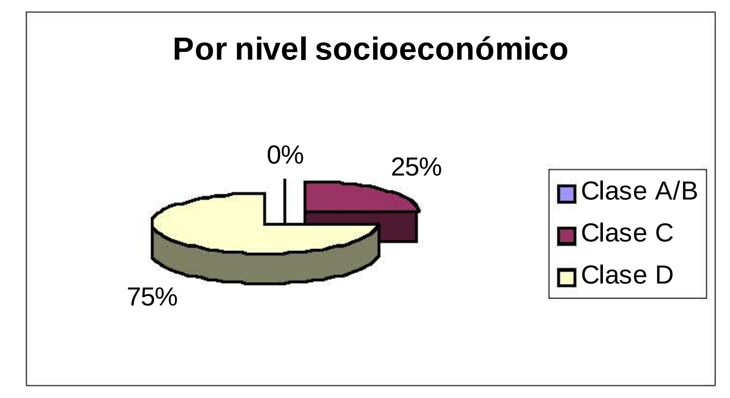


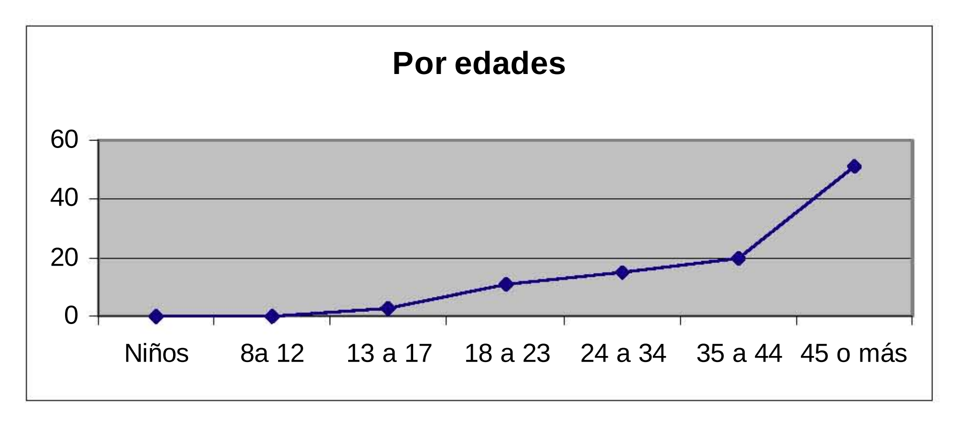




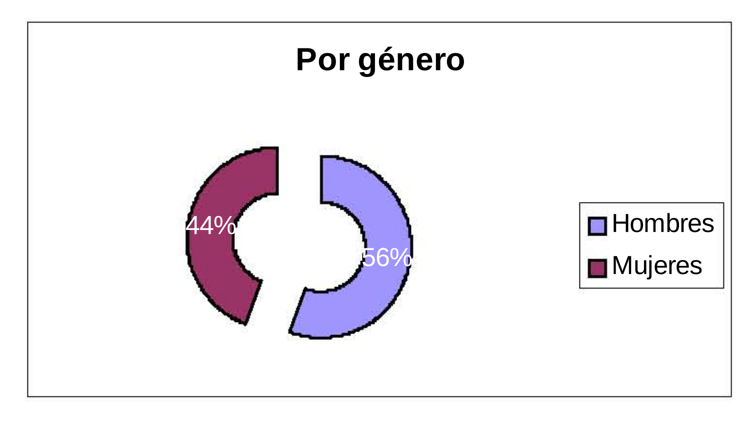
i) Música Ranchera: Tres son las emisoras que INRA consideraba en este formato el año 2004: “Radio Sinfonola” (1410 de AM), “Bonita” (1590 de AM) y “Radio 710” (710 de AM). A éstas habría que añadir a “Mariachi Estéreo” que en junio de ese año sustituyó a la emisora hablada que llevaba el nombre de “Frecuencia positiva” en los 1530 khz. Su audiencia se divide casi en partes iguales entre hombres (52.2%) y mujeres (47.8%). Es un género eminentemente “popular” con un 75% de su audiencia concentrada en la clase D. Asimismo, es un tipo de programación preferida por adultos: su audiencia se concentra en el rango de edad superior a los 45 años.

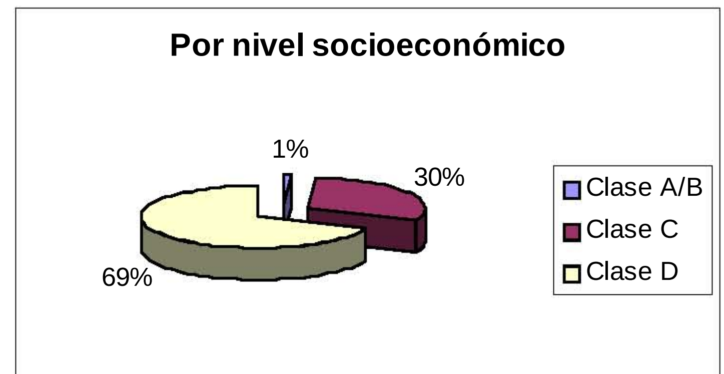


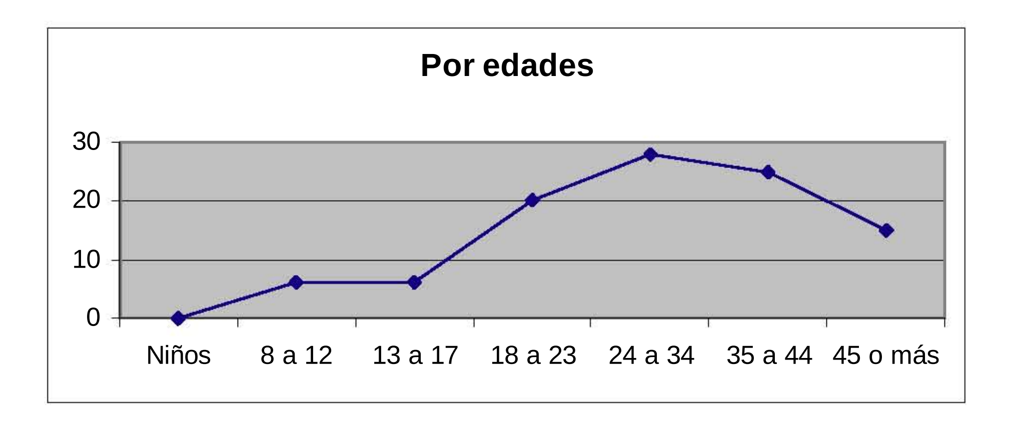




j) Tropical: Para 2004, la única emisora de "música tropical" que INRA localizó en el cuadrante del DF era "La Sabrosita", que hasta el 1 de octubre de ese año estuvo en los 100.9 de FM para pasar, ese mismo día, a los 590 de AM. A ella habría que agregar a la "660" de AM que en julio de 2004 retomó este tipo de programación. Este género es seguido básicamente en "sectores populares", el 69% de su audiencia se localiza en el sector de menor nivel socioeconómico. Su público es mayoritariamente masculino y está integrado principalmente por jóvenes y "adultos jóvenes": sus mayores niveles de audiencia se localizan en el rango de 24 a 34 años, aunque también tiene presencia en el de 35 a 44 años.







La radio, como hemos visto a lo largo de este trabajo, ocupa un lugar fundamental en la vida cotidiana de los habitantes del Distrito Federal y la música que ella transmite forma parte del *sound track* que acompaña las actividades diarias de los capitalinos. Como se muestra en los cuadros 141 y 142, el 70% de los habitantes del DF escucha radio todos los días y, algo muy importante, más del 75% de ellos, tiene a la música como su opción preferida dentro de los programas radiofónicos.

CUADRO 141. EXPOSICIÓN A LA RADIO EN EL DF (2003)

Frecuencia de exposición	Porcentaje
Diario	70
Varias veces a la semana	10
Rara vez	10
Nunca	6
Una que otra vez	4

Fuente: Datos de la Encuesta sobre Consumo Cultural y Medios elaborada por *Reforma*, publicada el 31 de marzo de 2003, p. 2C.

CUADRO 142. PREFERENCIAS SOBRE TIPO DE PROGRAMACIÓN EN LA RADIO DEL DF (2003-2004)

Tipo de Programa	*2003 (%)*	*2004 (%)*
Música	79	76
Noticiarios	49	42
De entrevistas	22	19
De consejos o de psicólogos	22	*
De salud	20	*
De deportes	19	14
De espectáculos	16	*
De asesoría jurídica	6	*

Fuente: *Reforma*, Encuesta sobre Consumo Cultural y Medios, publicada el 31 de marzo de 2003, p. 2C, y 13 de mayo de 2004, p. 2C. Respuesta a la pregunta “De la siguiente lista ¿qué tipo de programas prefiere escuchar?”, en el caso de 2003, y “¿Qué tipo de programas le gusta escuchar más?”, en el caso de 2004.
* Los porcentajes correspondientes a estos rubros no fueron publicados en el caso de la encuesta correspondiente a 2004.

La importancia de la música en la vida diaria de los habitantes de la capital mexicana y de la radio como uno de sus principales medios de difusión está, por lo tanto, plenamente demostrada.

Conclusiones

A lo largo de estas páginas se ha logrado una reconstrucción histórica de la forma en que la radio comercial de la Ciudad de México, el mercado radiofónico más grande e influyente del país, fue desarrollando, a través de los años, la programación musical que, en el primer lustro del siglo XXI, ofrece a su audiencia. Como se mencionó en la Introducción del trabajo, si un mérito puede tener éste es precisamente el de ofrecer una panorámica general que sirva como antecedente para otras investigaciones que profundicen o cuestionen lo aquí expuesto. En ese sentido, la investigación habría cumplido con el objetivo general que se propuso en el sentido de "contribuir a llenar un vacío existente en la historiografía sobre la radio en México, ámbito donde se carece de trabajos publicados que expliquen por qué la programación musical radiofónica tiene las características que posee actualmente y cómo las fue desarrollando".

En relación a los objetivos específicos, la investigación obtuvo los siguientes resultados:

1) El primero de ellos fue planteado de la siguiente forma: *Identificar cuáles son los géneros musicales que han predominado en la programación de la radio de la Ciudad de México durante el periodo estudiado*. La investigación mostró que la radio comercial de la Ciudad de México ha conformado su programación musical a partir de los años treinta con géneros que llegaron a la capital provenientes de otros países y de distintas regiones de la república. Se pudo observar que en cada una de las ocho décadas que cubre el periodo estudiado (1924-2004) hay géneros predominantes en la programación radiofónica.

De esta manera, los años veinte del siglo pasado se distinguen por el predominio en la incipiente radio de la música llamada "clásica" en versiones "ligeras" o "accesibles". En los años treinta dominan el bolero, la música ranchera, y empiezan a ocupar espacios en el cuadrante géneros cubanos, como la habanera y la rumba, y hacia el final de la década, otros provenientes de Estados

Unidos, como el *swing* y el fox trot. Estos mismos géneros prevalecen durante los años cuarenta, con dominio del bolero y una disminución en la presencia de la música ranchera. Para los años cincuenta, se registra un repunte del género ranchero, se mantiene el dominio del bolero y aparecen nuevos ritmos estadounidenses, como el *rock and roll*, y cubanos, como el chachachá. En los sesenta se observa un claro dominio del *rock and roll* y de un conjunto de ritmos, con presencia fugaz en el cuadrante radiofónico, como el *twist* y varios más agrupados en el llamado "movimiento a go go": *surf*, *jerk*, *sake*, *watusi*, *yenka*, *freddy*, *mashed potatos*, *bus stop*. Llega a México en esa década la cumbia, procedente de Colombia, y se observa una disminución en la radio de ritmos afroantillanos como resultado de los cambios sufridos por la industria discográfica y del espectáculo en Cuba con el triunfo de la revolución en ese país el año de 1959. Durante los setenta, el género dominante es la balada, adoptada como forma de expresión por grupos que la década anterior habían tocado rock (el cual debieron abandonar tras la represión sufrida por este género, en su vertiente mexicana, luego del Festival de Avándaro en 1971) y por solistas, la mayoría de ellos "cantautores". En esa década aumenta la presencia del *rock* y el *pop* en inglés, y de la cumbia, adaptada a una forma peculiar de interpretación por músicos mexicanos.

Durante los ochenta prevalecen como dominantes la balada y el *pop* en español, lo mismo que en los noventa y el inicio del siglo XXI. Estos dos géneros son señalados en varias encuestas sobre "consumo cultural" como los preferidos por la mayoría de los habitantes de la Ciudad de México. A partir de los noventa aparece un híbrido conocido como "música grupera", que ingresa con gran fuerza a la programación radiofónica a través de estaciones que se especializan en él.

El relato cronológico realizado en el capitulo II acerca de la forma en que los diferentes géneros fueron llegando a la Ciudad de México en el transcurso del siglo XX y la forma en que fueron ingresando a la programación radiofónica, la inclusión de cuadros con las canciones que constituyeron *hits* musicales de 1944 a 2004, en el capítulo III, y la de cuadros estadísticos, en el capítulo IV, donde se indica cuáles fueron los géneros musicales con mayor presencia en las estaciones

de México D. F. a partir de 1964 y hasta 2005, permiten considerar que el objetivo de identificar "cuáles son los géneros musicales que han predominado en la programación de la radio de la Ciudad de México durante el periodo estudiado" se cumplió plenamente.

2) El segundo objetivo específico fue planteado en los siguientes términos: *Analizar la manera en que el cuadrante radiofónico musical en el D. F. se fue segmentando por géneros, es decir, cómo, cuándo y por qué aparecieron y se desarrollaron las estaciones "rancheras", "juveniles", "tropicales", "gruperas", "del recuerdo", etcétera*. En el capítulo II se relató la pugna sostenida entre la XEW y Radio Mil durante los años cuarenta por lograr la supremacía en la captación de audiencia y cómo el dueño de esta emisora, E. Guillermo Salas, desarrolló en los años cincuenta una forma de explotación radiofónica que introdujo cambios sustanciales en la radio de la Ciudad de México y dio origen a dos fenómenos que aún hoy prevalecen: la difusión de grabaciones discográficas como una forma de operación barata, contrapuesta a las grandes producciones musicales "en vivo" que caracterizaba a la "W", y la adquisición de varias estaciones con el fin de "segmentar" la audiencia global en públicos específicos por edad, sexo y nivel socioeconómico para dirigir hacia ellos tipos de programación y publicidad diseñados ex profeso para cada uno, a diferencia de la estrategia seguida por la XEW desde los años treinta, la cual consistía en tratar de cubrir a todos los públicos, a través de una misma emisora, con programas y publicidad especializados en diferentes horarios. El hecho de adquirir grupos de estaciones y de introducir en cada una de ellas distintos tipos de programación dirigidos a públicos específicos dio origen a emisoras especializadas en música "ranchera", "juvenil" (lo mismo en inglés que en español), "tropical", "grupera", etcétera, además, claro, de estaciones destinadas a transmitir con formatos no musicales, como el de "radio hablada".

El relato histórico incluido en el capítulo II sobre la manera en que comenzó la explotación radiofónica mediante estaciones que dirigen su programación hacia públicos "segmentados" por sexo, edad y condición socieconómica, la inclusión en el capitulo IV de cuadros que muestran los cambios de programación registrados

en las frecuencias que integran el cuadrante radiofónico de México D. F. a través de los años, así como las "biografías" de todas las frecuencias que actualmente difunden en la capital del país, donde se muestran también esos cambios de formato o tipo de programación musical, permiten afirmar que este objetivo fue cumplido satisfactoriamente.

3) El tercer objetivo específico fue el siguiente: *Analizar las características que ha tenido en México, durante el periodo estudiado, el proceso de "promoción publicitaria" de canciones e intérpretes musicales a través del "circuito de consumo mediático" integrado por la radio, los medios impresos, el cine, la televisión y, de manera más reciente, internet.* Creemos que este objetivo se cumplió satisfactoriamente en la parte relativa al medio radiofónico y sólo parcialmente en lo relativo a los otros medios que se mencionan. Sin duda, el objetivo debió plantearse de manera distinta, por ejemplo "analizar el papel que ha jugado la radio como parte del 'circuito de consumo mediático' en el proceso de promoción publicitaria de canciones e intérpretes musicales". No obstante, al proponerlo de manera tan amplia, se abrió un ámbito de investigación que no pudo ser cubierto plenamente, a pesar de que hay en el trabajo varias referencias a la participación de diversos medios en la promoción publicitaria de canciones e intérpretes, especialmente en los impresos (a través de las listas de popularidad) y la televisión. .

Sin embargo, consideramos que la parte relativa al papel jugado por la radio en esa actividad se cumplió satisfactoriamente. En el capítulo III, se relata el origen y las características de la práctica conocida como *payola* (derivada del inglés *pay all*, "pagar por todo"), la cual llevan a cabo empresas disqueras para "promover" una grabación en la radio mediante la entrega de dinero u obsequios a programadores, gerentes o "directores artísticos" de las estaciones con el fin de que difundan varias veces al día una pieza musical. Pese a que es un tema cuyo tratamiento suele ser eludido por los programadores o directores de las radiodifusoras, la existencia de la *payola* en México fue plenamente reconocida en 2003 por un alto ejecutivo de la industria disquera. Junto con la *payola*, otras formas de promoción publicitaria de los productos discográficos a través de la

radio es el obsequio de artículos diversos, como gorras, playeras o plumas, y la consecución de entrevistas para músicos o cantantes en las emisoras. Se considera que cada casa discográfica dedica a la promoción en radio el 40% del presupuesto de publicidad con que cuenta y en ese rubro está considerada la *payola*. Asimismo, la promoción de una canción (donde la radio tiene un papel fundamental) representa el 70 por ciento de su éxito comercial.

Por lo que se refiere a la comprobación o no de las hipótesis formuladas al principio de esta investigación, consideramos que tres de ellas se cumplen plenamente, mientras que otra resultó errónea.

La primera de las hipótesis fue planteada así: *Al inicio de las transmisiones radiofónicas en México, el género preponderante en ellas era la "música clásica", pero fue paulatinamente desplazada, a partir de los años treinta, por un conjunto de géneros musicales de carácter popular y comercial provenientes de diversos lugares del mundo y de la república mexicana. Con el transcurso de los años, la radio mexicana se colocó en la antípoda de su origen musical y se transformó en el medio privilegiado de la industria cultural para difundir los géneros populares-comerciales con creciente desprecio hacia la música clásica*.

La revisión que se hace en el Capítulo II de los programas inaugurales de varias estaciones de radio en la década de los veinte en el siglo pasado y testimonios como el del músico Manuel Barajas (pionero de la radio mexicana y autor en 1936 del primer balance publicado acerca de este medio de comunicación) confirman que, efectivamente, la llamada música clásica dominó en el cuadrante de la Ciudad de México en la segunda década del siglo XX. Posteriormente, las cartas programáticas de estaciones como XEW y XEB, incluidas en el mismo capítulo, así como los listados relativos a los elencos musicales de varias emisoras en los años treinta, cuarenta y cincuenta confirman que los industriales de la radio prefirieron los géneros de música popular-comercial para configurar su programación y muestran cómo esos géneros, en consecuencia, fueron ganando espacios en el cuadrante y desplazando a la "música clásica". Finalmente, los cuadros sobre cambios en la programación de las emisoras del Distrito Federal a partir de los años sesenta y hasta 2005

confirman que la “música clásica” desapareció de las estaciones comerciales (la última que difundió ese tipo de programación fue la XELA retirada del aire en 2002 y sustituida por una estación de radio “hablada”).

La segunda hipótesis fue: *México ha producido muy pocos géneros musicales urbanos. Debido a ello, la radio comercial en la Ciudad de México ha difundido históricamente, además de música con tema rural o semi rural hecha en México, una gran cantidad de géneros llegados de otros países, los cuales arraigaron profundamente en la capital de la república, al grado de que músicos e intérpretes nacionales decidieron adoptarlos como propios y crear su obra personal tomando como pauta esos géneros foráneos*. La indagación histórica realizada en este trabajo, y expuesta en el Capítulo II, confirma que, efectivamente, son muy pocos los géneros de música urbana creados en la Ciudad de México, y los escasos que llegaron a crearse no llegaron arraigar en el gusto de sus habitantes. De hecho, el único ritmo que pudo ser identificado como original de México D. F. fue el “chivirico”, creado por el trombonista y director de orquesta Ramón Márquez en el segundo lustro de los cincuenta en el siglo XX, aunque existe desde hace tiempo el debate acerca de si se puede considerar mexicano al “mambo”, creado por Dámaso Pérez Prado a finales de los años cuarenta, y al “dengue”, desarrollado por el mismo músico en el primer lustro de los sesenta. Ambos fueron desarrollados en la Ciudad de México, pero sus raíces no están en la música mexicana, sino en la cubana, al grado de que técnicamente se considera al mambo como uno de los ritmos integrantes del “complejo del son”, como se le llama al conjunto de ritmos bailables surgidos en la isla caribeña. También está en debate si la música “ranchera” es en realidad una creación urbana desarrollada en México D. F., dado que las modificaciones introducidas a la dotación original del mariachi (grupo musical básico en ese género), por ejemplo la inclusión de la trompeta, habrían sido hechas en la Ciudad de México, y muchas canciones de “tema rural” que han sido éxitos discográficos y radiofónicos fueron realizadas en ámbitos urbanos, incluido el de la Ciudad de México, y por compositores citadinos. En los años treinta, el músico Luis Sandi llamó a este género “música campesina mistificada” para cuestionar su raíz folclórica, misma que era exaltada en la radio

comercial y en la industria discográfica donde se consideraba a la ranchera "la música nacional por antonomasia". Pero aun si, paradójicamente, se considerara a la música "ranchera" un género urbano, la validez de la hipótesis no cambiaría y sería uno de los muy escasos ejemplos de géneros creados en la Ciudad de México.

La revisión histórica, en cambio, muestra que casi todos los géneros musicales que la radio comercial capitalina ha difundido a lo largo de los años provienen de otros países y que, en algunos casos, como el del bolero o la cumbia, fueron re-creados en México donde se les dotó de peculiaridades que no tuvieron en sus países de origen.

La tercera hipótesis es la siguiente: *La promoción de canciones e intérpretes de música popular-comercial en México se ha hecho a través de un "circuito de consumo mediático" integrado por la radio, los medios impresos, el cine, la televisión y más recientemente internet. El vínculo de los medios con músicos e intérpretes para promover la obra y la "imagen" de éstos dio lugar a un star system cuyo origen se ubica en el principio de los años treinta*. En el caso del *star system* musical mexicano (al cual entendemos como el conjunto de relaciones que se establece entre los miembros de la elite del espectáculo --cantantes, músicos, actores-- y los grandes medios de comunicación, vínculo que incluye el uso de éstos para la promoción de la imagen y la obra de esas *estrellas*), es posible hablar de "estrellas mediáticas" sólo hasta el surgimiento de la XEW en 1930. Las grandes figuras del espectáculo que existieron antes, localizadas básicamente en el ámbito teatral, tenían una presencia mediática limitada casi exclusivamente a la prensa. La radio comercial permitió, a partir de los años treinta, que las figuras de la música fueran conocidas de manera masiva, primero en el ámbito citadino, luego en el nacional y en pocos años en el plano internacional. Si se revisa la "biografía mediática" de cualquiera de las *estrellas* musicales mexicanas a partir de los años treinta (Tito Guizar, probablemente el primero que puede considerarse "plurimediático", Jorge Negrete, Fernando Fernández, Pedro Infante, etcétera), podrá registrarse su presencia en radio, cine y medios impresos como una condición indispensable para acceder a la a la elite del espectáculo. La aparición

de otros medios, como la televisión, a partir de los años cincuenta, o de internet, en los noventa, ha ampliado los componentes del "circuito de consumo mediático", pero las bases de su funcionamiento son las mismas que se establecieron en los años treinta con el surgimiento de la radio comercial y que en este trabajo hemos descrito así: "el conjunto de medios de comunicación organizados en un sistema cuyo objetivo es promover, a través de recursos como la publicidad, las presentaciones personales, las entrevistas, las inserciones pagadas, las conferencias de prensa y otro tipo de acciones de comunicación la imagen y la producción musical de cantantes y estrellas del espectáculo".

Como dice K. Negus: "La industria fonográfica... busca desarrollar personalidades globales que puedan ser comunicadas a través de múltiples medios: grabaciones, videos, películas, televisión, revistas, libros y mediante la publicidad el endosamiento de productos y el patrocinio de bienes de consumo... En este final de siglo, la industria de la música es un componente integral de una red globalizante de industrias interconectadas del ocio y entretenimiento".[1] Agregaríamos que en ocasiones el paso de un *estrella* musical a través del "circuito de consumo mediático" ocurre en medios propiedad de diferentes empresas, pero en otras se da en medios que pertenecen a un mismo consorcio, como es el caso de Televisa, especialmente en los años setenta y ochenta del siglo XX cuando fue un conglomerado con presencia en radio, TV, cine, impresos, teatro, discos, centros nocturnos, y planeaba cuidadosamente el "lanzamiento" de alguna estrella musical o de una canción a través de todos ellos.

Creemos que en el relato histórico realizado a lo largo de este trabajo, donde se describe el paso de varias estrellas de la música popular-comercial a través del "circuito de consumo mediático", existen elementos suficientes para mostrar la validez de esta hipótesis.

La cuarta hipótesis se planteó así: *Debido a la necesidad de hacer más eficiente el manejo del "circuito de consumo mediático" por parte de las grandes*

---

[1] K. Negus, *Producing Pop. Culture and Conflict in the Popular Music Industry*, Londres, Edward Arnold, 1992. Citado por George Yúdice en "La industria de la música en la integración de América Latina-Estados Unidos", en Néstor García Canclini y Carlos Juan Moneta (compiladores), *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*.

empresas ligadas a la industria del espectáculo y del entretenimiento, el cuadrante radiofónico, sufrió, a partir de los años cincuenta, una segmentación y una especialización, fenómeno que dio origen a estaciones dedicadas a difundir géneros específicos: emisoras "rancheras", "tropicales", "de música juvenil", "gruperas", etcétera. La investigación histórica mostró que este supuesto resultó erróneo. La segmentación y la especialización de las radiodifusoras en la Ciudad de México para dirigir programación a públicos específicos ocurrieron, efectivamente, en los años cincuenta del siglo XX, pero no se debieron "a la necesidad de hacer más eficiente el manejo del "circuito de consumo mediático" por parte de las grandes empresas ligadas a la industria del espectáculo y del entretenimiento" como se afirma en la hipótesis. Si esas empresas hubieran sido las promotoras de la segmentación y la especialización de las radiodifusoras, Emilio Azcárraga Vidaurreta hubiera sido uno de los principales impulsores de la idea y habría diseñado programaciones "especializadas" por sexo, edad y condición socioeconómica para la XEQ y la XEW, cosa que no ocurrió, pues en esa época, ambas estaciones tenían programaciones similares: eran estaciones "generalistas" que buscaban llegar a todos los tipos de audiencia, aunque ofrecían programación especializada para públicos específicos en horarios especializados.

La investigación histórica, mostró que la segmentación y la especialización no fueron promovidas por las grandes radiodifusoras, sino por las "chicas" como un recurso para competir por la audiencia con aquellas. Como se muestra en el capítulo II de este trabajo (apartado 4.1) el principal promotor de esta forma de explotación radiofónica, así como de la sustitución de programas *en vivo* fue E. Guillermo Salas, fundador del Núcleo Radio Mil. La proliferación de estos dos recursos a partir del segundo lustro de los cincuenta puso en crisis el dominio de la XEW hasta fracturarlo por completo en los años sesenta, cuando la operación radiofónica a base de "estaciones disqueras" y la segmentación de la audiencia para localizar públicos específicos como principal recurso estratégico, se generalizaron en el cuadrante. No fueron, entonces, las grandes estaciones las que promovieron la segmentación de audiencias, fueron las "chicas". La hipótesis

que afirmaba lo contrario resultó errónea y sin embargo la investigación histórica localizó las verdaderas causas de este fenómeno radiofónico.

El tema abordado en estas páginas, el de la relación entre música, radio e intérpretes musicales, es a la vez amplio y complejo. Las vertientes temáticas, teóricas y metodológicas desde las cuales puede abordarse son también muy diversas. Su estudio se muestra relevante si se considera el papel que en la vida cotidiana de la población tienen los gustos musicales como expresión estética, reproducción ideológica y de formas de vida (o bien como cuestionamiento a las dominantes) y hasta como reflejo de preferencias políticas. Faltan en México estudios profundos sobre las preferencias musicales de la población, más allá de los indicadores que pueden arrojar las mediciones estadísticas, los *ratings* o los estudios de mercado, análisis de la proyección simbólica de los intérpretes musicales sobre la sicología de los consumidores de material discográfico y radiofónico, estudios sobre la forma en que se genera, diseña y produce un *estrella* musical o una canción, desde la idea original hasta el lanzamiento del producto, y análisis de contenido sobre las letras de las canciones que han gozado de gran popularidad en la radio mexicana. El trabajo que con estas líneas concluye es sólo una primera aproximación al estudio de esa temática.

Fuentes de consulta

Bibliografía

Adorno, Theodor y Horkheimer, *Dialéctica del Iluminismo*, Editorial Sur, Buenos Aires, 1969.

Aguilar, Miguel Angel (compilador) *Simpatía por el rock; industria, cultura y sociedad*, Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco, México, 1993.

Alva de la Selva, Alma Rosa, *Radio e ideología,* ed. El Caballito, México, 1982.

Alvarez Coral, Juan, *Gonzalo Curiel Barba*, ed. Sociedad de Autores y Compositores de Música, México, 1979.

Arana, Federico *Huaraches de ante azul; historia del rock mexicano*, tomos I al IV, ed. Posada, México, 1985.

---- *La música dizque folclórica, ¿canto nuevo, estúpido o racista?*, ed. Posada, colección “Duda”, México, 1976.

---- *Roqueros y folcloroides*, ed. Joaquín Mortiz, colección “Contrapuntos”, México, 1988.

Agustín, José, *La nueva música clásica*, ed. Universo, México, 1985.

Asociación de Radiodifusores del Valle de México, *Una historia que sí suena*, ed. ARVM, México, 1998.

Ayala, Roberto. *Musicosas: manual del comentarista de radio y televisión*, ed. Costa-Amic, México, 1962.

Azanza Jiménez, José*, José Alfredo Jiménez, 50 años como compositor*, ed Vila, México, 2002.

Benjamin, Walter, “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”, en *Discursos interrumpidos*, Taurus, 1973.

Barajas, Manuel, *Bosquejo Histórico de la Radiodifusión en México: su influencia en la educación del pueblo y su importancia como fuente de trabajo*, conferencia dictada el 18 de noviembre de 1936 en el anfiteatro Bolívar de la ciudad de México, Ed. Cultura, México, 1936.

Bazán Bonfil, Rodrigo (compilador). *Y si vivo cien años (antología del bolero en México)*; ed. Fondo de Cultura Económica, México, 2001.

Bourdieu, Pierre *La distinción*, ed. Taurus, México, 2003.

Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, *La industria de la radio y la televisión en México,* ed. CIRT, México, 1991.

Carrizosa, Antonio, *La onda grupera (historia del movimiento grupero)*, ed. Edamex, México, 1997.

Castillejos, Silvia, *La Internacional Sonora Santanera (biografía de un grupo musical)*, ed. Plaza y Janés, México 1987.

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, *Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales*, publicada en Consulta Mitofsky, Boletín Semanal de Consulta, no. 126, 21 de junio de 2005, disponible en www.consulta.com.mx.

Dallal, Alberto, *El "dancing" mexicano*, ed. Oasis, col. Biblioteca de las decidiones no. 3, México, 1982.

Dueñas Pablo, *Bolero; historia gráfica y documental*, ed. Asociación Mexicana de Estudios Fonográficos, tercera edición, México, 2005.

Dueñas Pablo y Flores y Escalante Jesús. *Los 65 boleros de todos los tiempos*, ed. Sistema Radiólolis, México, 1995.

---- *Cirilo Marmolejo*. *Historia del mariachi en la Ciudad de México*, ed. Asociación Mexicana de Estudios Fonográficos--Conaculta, México, 1994.

Eliade, Mircea. *Mito y Realidad*, ed. Kairós, Barcelona, 1999.

---- *Imágenes y símbolos*, ed. Taurus, Madrid, 1999.

Fernández Christlieb, Fátima, *La radio mexicana; centro y regiones,* ed. Juan Pablos, México, 1991.

Ferrer Rodríguez, Eulalio, *Páginas del exilio*, ed. Aguilar, México, 1999.

Florescano, Enrique (coordinador), Mitos mexicanos, ed Taurus, México, 2001.

Freud, Sigmund. *Psicología de las masas y el análisis del yo*, en Obras Completas.

---- *La moral sexual 'cutural' y la nerviosidad moderna,* en Obras Completas

---- *El malestar en la cultura*, en Obras Completas.

Frank Manfred, *El dios venidero. Lecciones sobre la Nueva Mitología*, Barcelona, Ediciones del Serbal, 1994.

Fuentes, Gloria, *La radiodifusión,* ed. Secretaría de Comunicaciones y Transportes, col. Historia de la Comunicaciones y los Transportes en México, México, 1988.

Gálvez Cansino, Felipe, *Los Felices del Alba,* Tesis Profesional, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 1972.

Garay S., Adrián de, *La "glocalización" de la producción y el consumo musical den México*, ponencia presentada en el III Congreso Latinoamericano de la Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular (IASPM), Bogotá, Colombia, 23 al 27 de agosto de 2000, en www.hist.puc.cl/historia/iaspmla.html.

García Canclini, Néstor, *Culturas híbridas; estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, ed. Grijalbo, 2004.

---- y Carlos Juan Moneta (compiladores), *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, ed. Grijalbo, México, 1999.

García, Elvira, *De lunas garapiñadas: Cri Cri*, ed. Radio Universidad Nacional Autónoma de México-Fonapas, México, 1982.

Garrido, Juan S, *Historia de la música popular en México (1896-1973)*, ed. Extemporáneos, Col. Ediciones Especiales, México, 1974.

Garrido, Juan S., *Mario Talavera Andrade*, Sociedad de Autores y Compositores de Música, México, 1979.

Garrido, Juan S. et. al, *¿Qué onda con la música popular mexicana?*, Serie Encuentros/1, Ediciones del Museo Nacional de Culturas Populares, SEP/Cultura, México, 1983.

Garza, Ramiro, *La radio, presente y futuro*, ed, Edamex. México, 1998.

Gramsci, Antonio, *Notas sobre Maquiavelo, sobre política y sobre el Estado Moderno*, ed. Juan Pablos, México, 1975.

Gramsci, Antonio, *El materialismo histórico y la Filosofía de Benedetto Croce*, ed. Juan Pablos, México, 1975.

Grial Hugo de, *Músicos mexicanos*, ed. Diana, México, 1971.

Grimal Pierre, *Diccionario de mitología griega y romana*, ed. Paidós, Barcelona, 2001.

Instituto Mexicano de la Radio, *Armando Manzanero a través de su música*, ed. IMER, México, 1994.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), *Estadísticas Históricas de México*, Tomos I y II, ed. Secretaría de Programación y Presupuesto, México, 1986.

Jara Gámez, Simón, Aurelio Rodríguez y Antonio Zedillo Castillo, *De Cuba con amor... el danzón en México*, ed. Grupo Azabache-Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, 1994.

Jung, Carl, *Arquetipos e inconsciente colectivo*, ed. Paidós, Barcelona, 1997.

Kirk, G.S., *La naturaleza de los mitos griegos*, ed,. Paidós, col. Orígenes/28, Barcelona, 2002.

Knights, Vanessa, *El bolero: expresión de la modernidad latinoamericana*, ponencia presentada en el III Congreso Latinoamericano de la Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular, en http://www.hist.puc.cl/historia/iaspmla.html.

Mac Masters Merry, *Recuerdos del son*, ed. CONACULTA, colección Periodismo Cultural, México, 1995.

Macciocchi María Antonieta, *Gramsci y la Revolución de Occidente*, ed. Siglo XXI, México, 1977.

Maria y Campos, Armando de, *El teatro del aire,* ed. Botas, México, 1937.

Mejía Barquera Fernando, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano,* ed. Fundación Manuel Buendía, México, 1989.

---- (coordinador), *El Video en México*, Coed. SEP-Editorial Interlínea, México, 1995.

Mejía Prieto, Jorge, *Historia de la Radio y la T.V. en México,* ed. Editores Asociados, colección México Vivo, México, 1972.

Morales, Salvador. *La música mexicana (raíces, compositores e intérpretes),* ed. Universo, México, 1981.

Moreno Rivas Yolanda, *Historia de la música popular mexicana*, coed. CONACULTA-Alianza Editorial Mexicana, México, 1989.

Nietzsche, Friedrich, *El nacimiento de la tragedia; o Grecia y el pesimismo*, Alianza Editorial, Madrid, 2001.

Olvera, José Juan, *Al norte del corazón (evoluciones e hibridaciones musicales del noroeste mexicano y sureste de los Estados Unidos con sabor a cumbia)*, ponencia presentada en el III Congreso Latinoamericano de la Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular (IASPM), Bogotá, Colombia, 23 al 27 de agosto de 2000, en www.hist.puc.cl/historia/iaspmla.html.

Ortiz Ibarra, Edmundo, "A la caza del talento y en la busca del negocio", en *El Universo de La Radio*, revista de la Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM), No. 3, Otoño de 1996, pp. 17-24.

Ortiz Garza, José Luis, *La guerra de las ondas,* ed. Planeta, colección Espejo de México, México, 1992.

---- *Una radio entre dos reinos (la increíble historia de la radiodifusora mexicana más potente del mundo en los años 30)*, Jorge Vergara Editor, México 1997.

Pacheco, José Emilio, *Las batallas en el desierto*, ed. Era, quinta reimpresión, México, 2002.

Paredes Pacho, José Luis, *Rock mexicano; sonidos de la calle*, ed, Pesebre, 1992.

Roberto el Diablo. *50 Close ups*, ed. Botas, México, 1935.

Romo, Cristina, *La otra radio; voces débiles, voces de esperanza,* coedición Fundación Manuel Buendía-Instituto Mexicano de la Radio, México, 1990.

Roura, Víctor, "La música moderna es justamente esa que está usted escuchando en la radio", en *Perfiles del cuadrante; experiencias de la radio,* ed. Trillas, México, 1989.

Sábato Ernesto, *tango: discusión y clave*, ed. Losada, colección biblioteca clásica y contemporánea, Argentina, 1963.

Sareli, Jorge, *Tango, música sin fronteras*, México, ed. Fundación Alejo Peralta y Díaz Cevallos, 2001.

Sarquiz, Oscar y Frías, Mónica, "La radio musical en el Valle de México", en Asociación de Radiodifusores del Valle de México, *Una historia que sí suena (1973-1998)*, México, ed. ARVM, 1998.

Secretaría de Educación Pública, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, *Una historia hecha de sonidos; Radio Educación: la innovación en el cuadrante*, (obra conmemorativa de los ochenta años de Radio Educación), Col. Innovación y calidad no. 12, México, 2004.

Schulberg, Bob, *Publicidad radiofónica; el manual autorizado*, ed. Mc Graw Hill, México, 1992.

Sierra, Carlos J*., Pérez Prado y el Mambo*, Ediciones de la Muralla, México, 1995.

Sosa Plata, Gabriel y Esquivel, Alberto, *Las mil y una radios*, ed Mac Graw Hill, México, 1997.

Torres Ramírez, Blanca, *México en la Segunda Guerra Mundial*, tomo 19 de la colección Historia de la Revolución Mexicana, ed. El Colegio de México, México, 1979.

Trejo, Angel, *¡Hey, Familia, Danzón dedicado a...!*, ed. Plaza y Valdés, México, 1993.

Zacatecas Berta, *Vidas en el aire; pioneros de la radio en México*, ed. Diana, México, 1996.

Zolov, Eric, *Rebeldes con causa (La contracultura mexicana y la crisis del Estado patriarcal)*, Grupo Editorial Norma, México, 2002.

Hemerografía

Boletín Radiofónico (Colección Hemeroteca Nacional)
Canciones populares “ “ “
Notitas Musicales “ “ “
Notas Musicales “ “ “
Revista Radiolandia “ “ “
Selecciones Musicales “ “ “
Somos

Páginas de internet

www.arvm.com.mx
www.bms.com.mx/farmaceutica/cancionero.htm
www.comminit.com/garcía canclini.pdf
www.consulta.com.mx
www.el-universal.com.mx
www.geocities.com/familiatarnava
www.hist.puc.cl/historia/iaspmla.html
www.mwmoria.com.mx/161/Contreras.htm
www.montevideo.edu.uy/Y2K_Generation_40_2000/sheppard/1.html
www.reforma.com
www.unavarra.es/puresoc/pdfs/c_lecciones/LM-Alonso-consumo.PDF

Entrevistas

Vicente Morales, operador y musicalizador radiofónico, y efectista de sonido, julio de 2003.